

### リソースの時代だから、会社の中に「共同体」をつくれ！

かつて堺屋太一氏は「組織の盛衰」のなかで、組織には、目的を合理的に追及する「機能体」と内部の幸せを追求する「共同体」があると示唆しました。当時は、成果主義人事が日本に導入される前夜であり、たしかにその論調は、共同体思想に対する「緩さ」を否定するものでした。

しかし、あれから20数年経った今、共同体思想の効能が見直されています。やはり、人は「つながりの中で幸せを感じていたい」と考えており、その欲求は満たさずして成果だけを合理的に追い求める理論に限界があると感じるのは当然ではないでしょうか？

事実「儲かる会社」には、笑顔で会話しているシーンが職場に溢れています。共通の法則だと確信しています。

**そして、さらにわかったことは、その「笑顔」をつくる鍵こそが、社内に「コミュニケーション（共同体）」があることです。**

コミュニケーションとは「絆」をベースとした一人ひとりが主役の組織のことを指します。源流はフランス。いわゆる「市」とは異なるインフォーマルな組織のことであり、実はマルセイユも「市」ではなくコミュニケーションでした。日本で言うなら、大学のサークル、町内の青年会、小学校の学童保育、といったひとり一人が自治をしている組織もコミュニケーションです。

コミュニケーション思想をマネジメントのスパイスに取り入れている一例を紹介します。たった3年で新卒の離職率が、30%から2.7%になったことでも話題になった人材スカウト業のベンチャー企業レイス社です。大卒の平均年内離職率が11.7%（厚生労働省）なので、かなり好成績と言えるでしょう。このレイス社がおこなった「仕掛け」が里親制度で、これがまさに「コミュニケーション」なのです。入社3年目の社員を里親に認定し、その下に入社2年目の社員を「里兄、里姉」とし、その下に新人を「里子」としたバーチャル家族をつくります。いわゆるメンター制度との違いは、1対1ではなく、コミュニケーションにしている点です。毎月1回は4人の食事会「里家家族会」を開き、なかにはバーベキューに行く家族もあると言います。費用は会社負担。社員の評価も上々で「見守ってもらえている感じがする」「部署を超えた関係を持てた」といった声が上がっています。

たしかに社内のコミュニケーションのある会社は、とりわけ新人のパフォーマンスが良好です。例えば、ある会社はテレフォンアポイントの率が平均で10ポイントも高く、ある会社では1日の飛び込み営業において軒並み200軒以上の訪問を記録したり、その背景を調べると、やはりコミュニケーションがありました。なんと、夜に同僚のマンションに集まり、テキストを片手に「練習」をしていると言うのです。**さて、彼らは、なぜそこまで努力できるのでしょうか？**彼らに聞くと以前の新人とは異なる答えが返ってくるのです。「先輩に早く認めてもらいたい」「そもそも、集まって練習すること自体が楽しい」というコミュニケーション指向が色濃く見られます。

実はこのコミュニケーションが、社内リソースづくりにきわめて有効となっています。そして、あなたの会社でもコミュニケーションはすぐにつくれます。それほどコストもかかりません。営業キャンペーンや表彰制度に「個人戦」だけでなく、「団体戦」「ペア戦」を設ける。世代を超えた相談に花を咲かせる休憩スペースを設置する。メンター制度を里親制度に発展させるなど、コミュニケーション思想を組織のスパイスとして取り入れるだけで、職場の雰囲気はガラリと変わります。

**リソースの時代だから、会社の中に共同体をつくれ！**