



《理事長のコーナー&プレゼン最前線 2019年 11月号》

2019年11月15日

高野 文夫 NPO日本プレゼンテーション協会理事長

(新シリーズ第一回目)

# 会議ファシリテーション



## ナレッジファシリテーションその意義について

会社では、会議ばかりやっている。  
会議ではそれなりに方向性が決まるのだが実行が伴わない。形骸化してしまっている。そして会社での肩書きが上げれば上がるほど会議に費やす時間が増えてくる。

ましてや、部長以上になると、会社での活動の半分以上が内外の交渉や会議に費やされる。

そしてもしあなたの会社が、官僚化された旧態依然の企業風土を持っていたとしたら、改革の起爆剤としてファシリテーター型会議を積極的に導入推進されたら如何でしょう。

ファシリテーションを理解したリーダーによって仕切られた会議には、大きく3つの利点があります。



《理事長のコーナー&プレゼン最前線 2019年 11月号》

- 1、 進行がビジネスライクに進められるため、短時間で結論がでる。
- 2、 肩書きを抜きにした水平思考で議論がなされる為、論点のあらゆる側面が検討され、創造的なアイデアが出る。
- 3、 十分な議論が為される為、合意形成ができスムーズに実行がなされる。

会議を効率的に運営して生産性を向上させたいというニーズはますます高まっています。

そして、IT 革命 5G 時代にはそれに見合った会議スタイルが求められています。

会議を運営する為のスキルやノウハウを教えるセミナーや研修プログラムがこれまでに数多く開発されて実施されてきました。

ファシリテーションという手法やファシリテーターの重要性もかなり社会に浸透しています。

大企業の 2-30%がファシリテーション研修を導入していると言われていますが、果たしてそのような企業の会議がうまくいっているのでしょうか？ 私は大いに疑問を抱いています。

ファシリテーションの思想、ファシリタティブな生き方は、確かに評価すべき点はあるでしょう。

しかし実効が伴っていない様に思われて仕方が無いのです。

20 年前の 2000 年に日本にこの手法を持ち込んだ私としては、（私は NPO 日本ファシリテーション協会の創業の理事です。）今立ち止まって見るに・・・、ファシリテーション技法の導入に必ずしも成功しているとは思えないのです。

ファシリテーションを学べば、それは人間的には良い人になるでしょう。しかし仕事で業績を上げられなければ意味がないのです。

何ゆえにそのように申し上げるかと言えば、ファシリテーションを導入しても、研修で良い人間を作っても、実績を上げられる人や組織を作れなければ企業や組織としては意味がないと思うからです。

人が集まって組織を作る目的は、一人一人の幸せの追求は当たり前ですが、人と人の力を結集して、互いのパワーの相乗効果を図っているのです。

互いに Win-Win 関係の元に相乗効果を発揮させるには健全な会議がなされなければいけません。形骸化した会議では時間や経費の無駄、やっても仕方が無



《理事長のコーナー&プレゼン最前線 2019年 11月号》

いのです。

民主主義の原理の元に、形だけ、あるいは実は足の引っ張り合いや仕事の押し付け合いの会議をやっていてはかえってマイナス効果です。

私はファシリテーション技法は、最新のリーダーシップ手法の一つだと意味づけています。そして、ファシリテーション技法を、サーバントリーダーシップとも呼ぶようにしています。

すなわち、リーダーたるものはトップダウンのセンスで部下や周りの関係者を力づくで引っ張ってゆくものではなく、自らはサーバント、すなわち、お手伝いさんになって支えてあげるべきだと唱えるからです。

車で言えば、高品質のエンジンオイルのようなものです。目に見えないから一見裏方になって作用するのですが、実は見えない力で思いっきり助けている存在なのです。

そして職場では、「安心してなんでも言える場と空気」を作らせるリーダーが、真のファシリテーター型リーダー&サーバントリーダーだと思っています。

ここで最も重要なことは、そのような哲学を持った会議スタイルを制度化することです。その制度としての会議手法が「ナレッジファシリテーション」なのです。

私が色々と関係してきましたのでズバリ申し上げますが、自動車会社の国内トップおよびナンバー2の会社が、徹底的にこのナレッジファシリテーションの手法を導入し、その方法を社長から末端の社員まで徹底して使っているのです。

その手法に則った会議計画書を総務に提出しないと会議室が取れないまでに徹底して制度化しています。

車業界のみならず、IT業界などでもこの手法「ナレッジファシリテーション」の導入で業績を2-30%も向上させているのです。

ある自動車会社は合併の効果もあって一時世界一に躍り出ました。その会社でも、まさに会議はこの「ナレッジファシリテーション」の手法一本で徹底させています。その効果は絶大なのです。

今多くの会社で「風土改革」の一環としてコーチングなどの手法を取り入れていることは素晴らしいことです。

しかし、社員や組織の風土を変えようと思ったら、個人のスピリッツを変える



《理事長のコーナー&プレゼン最前線 2019年 11月号》

だけでは駄目なんです。組織の抜本変革は、制度を変えなければ達成されません。

どうか皆さんもこの「ナレッジファシリテーション」を導入されて会議を抜本改革してください。

そうすれば業績のアップは元より、会社の風土（人間関係や空気）も変わってゆくことに驚かれることでしょう。

「ナレッジファシリテーション」なる技術はそんなに難しい方法ではありません。会議を効果的に進める方法なのですが、今でも世界のベストセラーになっているホンダのバイク「スーパーカブ」のようなものです。一番乗り方が簡単なバイクです！

あなたもすぐ乗れるようになりますから、このシリーズでしっかりその手法を身に付けてください。



「ナレッジファシリテーション」は会議のホンダカブのようなもの、すぐに乗れるようになります。

以上

次回は12月15日号になります。