



《理事長のコーナー&プレゼン最前線 2019 年 12 月号》

2019年12月15日

高野 文夫 NPO日本プレゼンテーション協会理事長

(シリーズ第二回目)

会議ファシリテーション



1、ナレッジ・ファシリテーションの目的

短時間に具体的な結論や合意を得ようと急ぎすぎるあまり、ファシリテーターがプロセスや参加者の行動や発言をコントロールしすぎたり、民主主義と多数決の原理を混同してしまったりしてはいけません。

無理に結論を出そうとすると、結果を出すことを目的にしまい、参加者の肚落ちを後回しにしまいます。そうすると折角決まったことが実行されなくなってしまうのです。

確かにスピード感と効率性の追求は必要ですが、あくまでも参加者の自発性と納得感が第一義なのです。



《理事長のコーナー&プレゼン最前線 2019 年 12 月号》

日本的経営の特長は、欧米の企業と異なって、根回しに代表されるようにコンセンサスを重視します。意思決定に至る所までに十分な時間をかける必要があります。

しかし、今やグローバルな戦いに生き残ってゆかねばなりません、すなわち時間競争なのです。短時間に多くの議論をこなし、全員が肚落ちする決定をするにはツールが必要なのです。

それを実現してくれるのが「ナレッジ・ファシリテーション」の技術なのです。

2、ナレッジ・ファシリテーターは戦略的リーダーであるべき

リーダーたるものは、部下を勝つところにつれてゆき、戦いの火蓋が切られる前に既に戦略的に勝っていないではなりません。それがリーダーのリーダーたる由縁なのです。

勝つ人間、勝つ組織は必ず「勝てる場所」に立っています。逆に負ける人間や負ける組織は負けて当然な場所に立っています。

リーダーには「勝てる場所」を的確に押さえ続け、常に部下を『勝てる場所』につれて行ける能力が求められるのです。その為の有力な武器（スキル）としてナレッジ・ファシリテーションがあるのです。

「勝てる場所」の戦略的把握は、組織内で縦横に徹底的にコミュニケーションを図り、現場の知恵を余すことなく汲み上げる事です。

そしてその「現場知」から練り上げた戦略を、「納得知」として全員の腹に落とし込みアクションにつなげる事なのです。

明るいノリで会議を遊びの感覚で（私はディズニーランドに気の置けない仲間と遊びに来ている感覚で会議をやれ！とお勧めしています。）そうする事で、全員が、自ずから今何をせねばならないかを悟り、自律的に行動の渦に巻き込まれてゆくはずです。

全員が明確なる目的・目標を共有している事、そして頻繁に見直し会議を開いて各自のベクトル(何時までに何をすれば良いのか)を調整するのです。その最大なる武器が「ナレッジ・ファシリテーション」です。

それがこれからの伸びる会社の会議の姿です。それがナレッジ・ファシリテーション式会議なのです。

戦いへの情熱と、ロジカルな知性を武器に、全員がファシリテーター(組織内の酵素；界面活性剤役)になり、各々全員が変革の中心になり渦を巻き起こす、



《理事長のコーナー&プレゼン最前線 2019 年 12 月号》

そして互いにスクラムを組んで互いを行動の渦に巻き込んで行くのです。

これこそが「知行合一」を旨とする勝つ組織、21 世紀をリードするファシリテーター型変革リーダーの集まりなのです。

どうか皆さん、このナレッジ・ファシリテーションという技術を学んで「明るく、楽しく、元気の良い」組織づくりをしてください。

ナレッジ・ファシリテーションが大いに皆さんの伴走の武器として活躍してくれるでしょう。成功をお祈りいたします。

3、おわりに

表題に載せた本は、会議ファシリテーションとナレッジ・ファシリテーションを合体したものです。



次回は2020年1月号になります。