

幸せになるビジネスコミュニケーション vol.15

ファイナンシャルプランナー 岩城みずほ

こんにちは。今回は、コミュニケーションの構造について考えていきたいと思います。

ビジネスで大切なのは、建設的な人間関係、仕事の関係を築くことです。建設的というのは、いわゆる「Win-Winの関係」ということでしょうか。この、Win-Winの関係を作っていくのに、コミュニケーションはかかせません。

コミュニケーションはいろいろありますが、ビジネスにおいて、その中核をなすのは、「交渉のスキル」で、特に「説得のスキル」だといわれています。

順番にみていきましょう。

まず、コミュニケーションには、「説得」や「プレゼンテーション」のようにこちらから意思や意見を伝えていくものがあります。

その場合、コミュニケーションの主体間の情報伝達は、文字言語（ライティング）、音声言語（バーバライゼーション）、身体言語（ボディランゲージ）が媒体となります。

これらには、それぞれスキルが必要で、特に、「説得」や「プレゼンテーション」に使う場合に、そのスキルの有無が結果を左右しかねません。

サムライズ・プロジェクト・ジャパン (<http://somerise.net/>)で行っている講義の中でも、これらのスキルアップの方法をたくさんお伝えしています。つまり、これらのスキルは、トレーニングで身につけていけるものなのです。

IT技術の発達によって、情報転換は高水準になっていることもあり、より高いレベルでのスキルが求められていることも否めません。

また、ディスカッションや議論、ディベートなど行い、自由に他方向に話を膨らませながら、よい結論を導いていくという形のコミュニケーションがあります。

さらに、コーチングや、カウンセリングなどの手法を使い、双方でのラポールの構築（主体相互間の信頼関係、親和的、共感的関係の構築）をしていくコミュニケーションもあります。

—コラムの無断転写・転載などを禁じます。—

Copyright©2011 Skirr Japan Corporation. All Rights Reserved.

このように考えてみれば、コミュニケーションには、①意思を「表明する」「伝える」、②相手を「説得する」、③「交渉する」、④互いに「納得する」「理解する」「共感する」という4つに分類できるようです。

先の3つは、自分の考えやモノの見方（認識）を相手に伝えていこうという方向性をもっています。自分の望む結果をあらかじめ想定してあって、それを、なるべく有利な条件で実現する、或は、妥協点を見いだしていくというところでしょうか。

それに対して、互いの納得を得ていくというのは、より、広義のコミュニケーションという位置づけかもしれません。

いずれにしても、発信者、または双方の強い目的意識や問題意識が根底にあります。以上が、コミュニケーションの構造になります。

コミュニケーションの主体は、個人、集団、組織などがあります。

個人というのはきわめて多様な存在で、バックグラウンドも違えば、置かれている状況も違います。それゆえに、交渉には、相手の立場や状況を考慮することは不可欠ですし、交渉のプロセスや方法も違ってきます。

また、個人が使う言葉は、同じ言葉でもその解釈には、深淺濃淡があり、理解には少なからずのズレがあるものです。これはよく色眼鏡に例えてお話をしましたが、赤い眼鏡をかけた人が青いものを見ると紫に見えますが、青い眼鏡の人はそのまま青く見えます。どちらが正しいというのではなく、育成歴や経験の違いから生じるズレなのです。つまり、眼鏡はその人が持っている独自のフィルターです。先入観とも言えます。

このように、個人間のコミュニケーション構造には大きなズレが生じる要因が存在するものなのです。したがって、「交渉・説得」という作業は、相互間の共通点を模索する努力から始めなければならないとも言えます。

以上のような、コミュニケーションの構造を知っておけば、Win-Winの関係を築いていくのに、大きなヒントになります。

今回は、「交渉」について、さらに詳しくみていきます。