

## 組織行動研究

# No. 26

編集後記にかえて

●近ごろ、インターネットという言葉をよく聞く。インターネットとは、世界中のコンピュータをつないで、ひとつのコミュニケーションネットワークを作りあげる運動であり、その恩恵にあずかるには、専門的知識が無くていいし、また設備投資も以前に比べると、極めて安いものです。その意味で、インターネット（やそれに基づいた情報のやり取り）は、企業のコミュニケーション効率を飛躍的に上げ、生産性をあげるものだとよく言われる。

だが、私がインターネットに期待するのは、そうしたちっぽけな効果だけではない。私はインターネットが日本の社会構造を根本から変えてくれると勝手に期待している。

なぜか。インターネットは情報の流れのコントロールに関して、送り手と受けての二者しか関与しない、徹底的な分散的意思決定の社会を前提としているからである。階層的なコントロールの全くない、受けてと送り手が個人として向き合う社会、それがインターネットの前提であり、わが国の企業や社会一般で個人が分散的に意思決定するようになり、「情報下

克上」を起こしていくにはかっこうの道具である。

そんな事を考えていたら、先日ある大企業について、面白い話を聞いた。そこでは、インターネットのログインアカウントは、課長以上でなくてはもらえないようなのである。インターネットの意味がわかりますか？

●近ごろ、日本の将来を決定するのは、創造性豊かな人間である、という意見をよく聞く。特にこれまでの企業埋没的な会社人間から、より個性豊かな創造性に富む仕事ができるようになっていかなばならない、と言われる。でも、こういう時ほとんどの場合「企業がどうやって個人の創造性を高めていくのか」という視点で議論が進められる。はたして、企業は創造性をマネイジできるのだろうか。

私は、創造性は結局企業とかがマネイジできない対象だと思っている。ただ、創造的な仕事は事後的に判断することができるから、企業がマネイジできるのは、創造的になるかもしれない仕事ができる機会をより多く与えることだろう。少しでもトライアルが多くなれば、結果として創造的と判断される仕事も増えてくる。では、どうすればそうした機会を多くできるのか。われわれがこのモノグラフで、考えたかったのはこんなことなのかもしれない。

●幸か不幸か、私はいま世間から注目を受け、なんらかの形でマスコミに報道されない日は無いとまで言われる慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス（略称 SFC）に勤めている。SFC が達成したことはい

ろいろあるが、その大きな部分が、大学の改革モデルとして、ディファクトスタンダードをつくった事によるだろう。競争を制するには、ディファクトスタンダードを作り上げるのが一番で、とりばやいと言われる世の中である。SFC は大学改革競争で、勝ちっぱなしの感がある。

それでも競争というものの宿命として、厳しい批判が大学の内外からも事実である。私の研究会で、就職が内定している学生が、「会社に入ってから SFC バッシングに気をつけなさい」と言われたそうである。学生にとっては、4 年間「SFC ユーフォリア」の中で過ごしてきただけに、過酷な現実だろう。

SFC では、4 年間インターネットと新しいことへのトライアルの中で過ごしてきた学生が少なくない。そこまでおおげさでなくても、インターネットと、なんでもトライすることが空気のような世界で、4 年間過ごしてきた学生たちである。そして、SFC 方式が大学のディファクトスタンダードになれば、日本中で同じ空気を吸って生きてきた学生が大量に企業に就職していくだろう。

お願いだから、そういう学生の分散的意思決定とトライアルの意欲を削がないで欲しい。インターネットのログインアカウントは入社式の日に決めて、多少のリスクがあっても、なんでもやってみる機会を与えてあげて欲しい。それがわが国の企業活動が創造的になっていく一番の近道なんだから。

(守島)

慶應義塾大学産業研究所社会心理学班研究モノグラフ

組織行動研究(第26号)

責任編集 石田英夫、守島基博、佐野陽子

KEIO STUDIES ON  
ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND  
HUMAN PERFORMANCE No. 26  
MARCH 1996

〒108 東京都港区三田 2-15-45  
発行 慶應義塾大学産業研究所 印刷  
電話 03-(3453)-4511 (大代表)  
<平成8年3月28日>

〒169 東京都新宿区高田馬場3-8-8  
株式会社 国際文献印刷社  
電話 03-(3362)-9741 (代表)  
<平成8年3月21日>