

その十九

私たちの仕事はどういうものなのかを、思い起こしてみてください。

「現場は社外にあり、同じ現場は二度となく、自然やさまざまな要因により不確実性が高く、体をはった危険がつきもので、高度な科学技術を駆使しながら、人間くさく、社外との連携は必然」（岸良裕司）『三方良しの共事業改革』より）です。

そんな厳しい条件の業界に生きながら、私たちの情報を発信するという一点において、私たちは決定的に遅れています。致命的ではないかと思われるほどです。

発信しないことに理由はありました。そのことは前々回の「情報の非対称性」という問題をとおして考えれば理解が出来ます。発信する必要がなかったからです。私たちには明確な意味での「お客さん」と呼ぶべきものが存在しておらず、だからこそ、進んで情報が発信をすることには意味がなかったのです。

極論をすれば、自分たちを特殊なものとして
置づけして、他者を拒絶してきた。その結
果、「なんだかわからないもの」になってし
まったのです。
一人ひとりの技術屋さんが、拒絶してきた
のかといえ、現実にはそうではないでしょ
う。むしろ、最前線にある「現場」では、ず
っと以前から情報発信の必要性は認識されて
いたのかもしれない。
「モノづくり」をするのも、それとは逆に
に問題が起こるのも、それは常に外との接点
である「現場」からなのです。問題があった
とすれば、そのことを忘れがちな「本社」の
ほうなのかもしれません。
私は、「私たちのお客さんは住民です」と
断定しました。そう断定してしまえば、やる
ことは決まってしまうます。
情報を発信せよ。
私たちは「金魚鉢の金魚」から抜け出すこ
とは結局出来ないのかもしれないが、「な

ん
だ
か
わ
か
ら
な
い
も
の
」
か
ら
脱
却
す
る
こ
と
は
出
来
る
筈
で
す
。