

# 外と内とを分けずに発信すると きっと“同志”が見つかります



▶ Profile

あめみや かずひろ 1960年神奈川県生まれ。83年東京造形大学卒業後、日本テキサス・インスツルメンツ(株)入社。工業デザイナーとして12年勤務したのち、企業コミュニケーション、PRを担当。96年、インテルジャパンに転じ、98年に独立。99年、企業コミュニケーションをサポートするクロスメディア・コミュニケーションズを設立。同社は年商5000万円、従業員8名、本社・東京都渋谷区。http://www.crossmedia.co.jp/

クロスメディア・コミュニケーションズ(株)

社長 雨宮 和弘

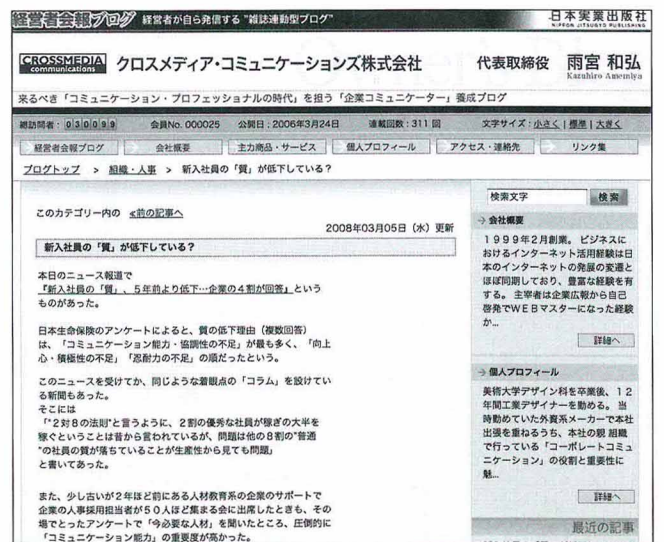
経営者がブログを書くことのメリットは、二年近く続けてきた私の実感として、大きく分けて三つあると思っています。

第一に社内コミュニケーションの形成に有効だということ。小さな会社では全員の思いを一つにするのが何より重要です。私も社員と話をする機会は頻繁に設けていますが、そこで私が一から十まで話し出せば、「また社長の語りの時間か」となるでしょう(笑)。そうした場では、私はできるだけフィードバックと申しますか、話を聴く側に回りたい。

ウェブを活用した企業広報やコミュニケーション、人材育成支援が当社のメイン事業ですから、社員は当然、情報共有のためのシステム化に精通しています。私がブログをアップすると、それを全員に同報メールで知らせるシステムを社員が組んでくれていますので、皆、アップとほぼ同時に目を通している。私の考えやそう考えるに至った背景を、ある程度、オートマチックに知らせることはできています。

♪同志を探すフィルター

「内部向きならイントラネット



↑雨宮社長のブログ <http://crossmedia.keikai.topblog.jp/>

「いいじゃないか」という声もあるでしょう。もちろん当社でもイントラは使っていて、その場だけでも情報共有はかなりできています。では、なぜブログなのか。ブログは外部の方がご覧になる以上、最低限、第三者にお見せできるクオリティにしなくてはならず、きつちりと「書き切る」必要がある。結果として、断片的に頭の中に散らばっている考えを整理でき、そうした作業を習慣づけることにもなります。これが私の考える二つめのメリットです。

そして三つめは、メリットというより情報発信のあり方の話でもありますが、トップが内と外とで内容を変えて情報を出す意味は、ほとんどなくなりました。この一〇年で仕事のプロセスは複雑化し、業種業界を問わず仕事の進め方も激変している。一つのプロジェクトで成果を上げるには、立場の違う多くの人たちの協力が不可欠になっています。当然、相互理解が重要になりますし、同じ考えをもつ人と一緒に仕事ができばなおよいでしょう。私がブログを続けているのも、今後、来て欲しい人材を含めて、同じ考えをもつ「同志」と出会いたいからです。

実際、ブログに限らず、このところ講演させていただくことも多くなつたためか、「同志」といえる方との出会いが増えました。本業でも当社の特徴をよく理解している方からのご相談が増えてきました。まさに「ギブファースト」で、私自身はまだまだその域にありませんが、よい情報を発信する人にこそ、よい情報、よい人が集まる時代になったのだと思います。◆