

第2章 情報はインテリジェンスを支える資源

1. 華僑のインテリジェンス力は、「情報網」にある。

40年近く前、スペイン船籍のおんぼろ貨客船(戦前の移民船)でイタリアのジェノヴァ(Genova)からメキシコのベラクルス(Veracruz)まで旅をしたことがある。船がジブラルタル海峡(Strait of Gibraltar)を抜けての最初の寄港地はカナリア諸島(Islas Canarias)のテネリフェ(Santa Cruz de Tenerife)であった。この諸島はアフリカ北西部のモロッコの沖合いにあるスペイン領である。

短い寄航時間の間に港町をぶらついて驚いた。中国人の店がたくさんあったことに。私の感覚ではなんとなく世界の果ての孤島という感じであったのに、こんなところにも中国の人は店を構えているのか、という驚きである。

この驚きは、船がカリブ海に入って、キュラソー島(Curacao)、プエルト・リコのサン・フアン(San Juan, Puerto Rico)、ドミニカ共和国のサント・ドミンゴ(Santo Domingo, Republica Dominicana)と寄っていくたびに重なっていった。この調子では、世界のどこに行っても、中国の人が根付いているのではないかと思わざるをえなかった。

この地球上でひっくり返って「華僑」と呼ばれる、中国本土の外で永住している中国人がどれだけの数がいるのか私の知るところではないが、世界の果てにまで住み着いている印象からすれば、膨大な数であろう。

もちろん彼らの情報は華僑全体に満遍なく流れるものではなく、血縁・地縁によって水平に何階層にもなって流れているのだろう。世界のどこに住んでいようが、どのような会社や団体に属していようが、血縁・地縁をベースにした集団の中では、最新の情報が駆け巡っていることだろう。

世界を相手にしてビジネスをしているのに、かの地のことを知ろうともせず、日本でのやり方がそのまま通用するが如く日々目の前の業務をこなしている姿をみるにつけ、不思議の世界に迷い込んだ気がする。(2007. 06. 15. 篠原ブログ)

2. 情報は、生き抜くために必要な「資源」である。

情報は、世の中の変化を素早く読み取り、その変質に気づき課題を先取りするのに使える。その課題を解決するのも、未来を創り出すのも情報である。情報は元々が無色、無臭、無味であるが、特別のベクトルを働かせることによって情報の性質が大きく変わる。情報との付き合い方を間違えると、誤った判断をすることになる。

「情報は資源である」という、レポートが1970年代にアメリカで発表されている。申し訳ないが、このレポートの存在を紹介した書籍名と著者名を覚えていない。その内容は、経営者とリーダーは情報を効率的かつ創造的に使うべき、即ち”情報マネジメントを新しい面から見られるよう教育、訓練されるべき”、と記述されていたと思う。そして、

- 1).情報は資源である。
- 2).情報は売り上げ利益を開拓するものである。
- 3).情報は競争上優位になること保証付きである。
- 4).情報は間違えた投資を防ぐことができる。と

ご承知のようにインテリジェンスの最初の作業は、情報の収集である。その次に来るのが、その情報がホンマものかどうか、つまり情報の「真偽」を判定する作業である。そして必要情報の分析作業へと進む。

この情報収集と分析作業の伝統を受け継いでいるのが軍隊であり、貿易商人となる。敵のこと、商売相手のことを知らなければ、仕事にならないから当然であろう。「情報」が「産業のコメ」であったり「戦いの武器」であるとも言われている所以はここにある。

つまり、インテリジェンス能力とは情報を収集する能力と情報を分析する能力、そして状況と分析結果の表現力(報告力)ということになろうか。いずれにせよ、基本的に必要な能力は、時間と空間(場所)の全体図を眺めることができる能力といえるだろう。

この全体図を眺める能力は、日本人には身につけることがなかなか難しいものとなっている。なぜなら日本人は、時間と場所において「今」を軸にして眺める文化(習性)があるからだ。

このことは、何かを作り上げる時に、我々日本人は部分から作り始めるのが一般的であり、アーキテチャーと呼ばれる全体の構造設計を苦手とすることにも現れている。例えば、マイクロプロセサのアーキテチャーは描けないが、その部分である半導体メモリーの改良はお手のもの、というようなところにも現れる。



3.孫子の兵法は、情報の重要性を説いている

孫子の兵法で最も有名なのが“戦わずして勝つ”,その兵法を支える要件に“彼を知り己を知る”がある。つまり情報の重要性を説いており、この基本原則は社会がどんなに変化しても変わらない。

孫子の兵法が読まれる理由は、人間が生きていくに避けられない戦いの基本原則を説き、いかなる時代であっても応用できるという面白さがあるからだと思う。そこで孫子の兵法から基本原則を抜き出して応用すれば、自分達が抱えている「戦略つくり」の答えが見えてくるのではなかろうかと考えている。

兵法や戦略は戦いのノウハウである。基本的には理詰めであり論理的になっている。論理的である条件の一つに前提条件が同じであれば推論の結果、答えは同じとなる。つまり、共通する前提条件で物事を考えれば出てくる答えは同じである。戦略とは共通する前提を合わせるといった抽象的なものである。だからこそ自分の頭で考え、独自の答えを出していく応用力が求められる。

孫子いわく

“最上の戦略は、戦わずにして勝つこと、情報を制する者が、戦いを制す”

“自分を知り相手を知る、情報を制する者が戦いを制する”

“勝つための準備を怠らない”

例えば企業の研究開発部門(R&D)であれば、差別化技術を追いつけることになる。それには世界から集まる関連情報をネタに市場要求(ニーズ)と自社技術(シーズ)のマッチング、あるいは自分(自社)と他人(他社)の比較をして自分と他人の強み、弱みを知ることである。

情報と言ってもネットなどから取り出す「デジタル情報」や、人と人の対話から生まれる「アナログ情報」などがある。これらの情報を「商品開発戦略」に取り入れるには感性、創造力、論理力、分析力など、つまりインテリジェンス能力が高くなければ、それらの情報は宝の持ち腐れとなる。

4.情報の使い方は、生き抜くためにあり、今も昔も変わらない。

鎌倉の人々や幕末維新の頃の人々も、情報こそが自分の「生き死に」の糧だということは知っていたようだ。伝達手段が限られていたぶん、必死さは我々の比ではなかったのではないだろうか。一方では「ガセネタ」に振り回されて、痛い目にあった人も多かっただろう。

しかし、現代に生きる我々が、同じ過ちを犯していないといえるかどうか。もしかすると、大量の情報に慣れ過ぎて、その中から生きる糧を見つける動物的なカンみたいなものは、古人より劣っているのではないだろうか。エリートと言われる人達も、近頃は情報を選別するカンが摩滅してはいやしないか。利を求め過ぎて、どこかあやふやな思い込みで情報に食らいついていないかと危惧する

1)、「徳政令」

新聞もテレビもない時代、人々は口伝えで情報を得ていた。『徳政令』(岩波新書、笠松宏至著)という本に、鎌倉時代の永仁5年(1297年)3月初めに立法された徳政令が、どれだけの速さで諸国に伝わったかが出ている。御家人が一般の人に売った土地は無償で取り戻せる、というのが徳政令の中身だったからである。土地を買ったほうとすれば、大変な法律である。

2)、「幕末維新の民主世界」

『幕末維新の民衆世界』(岩波新書、佐藤誠朗著)という本には、異人の登場で主に商人たちがどんな動きをしたかが書かれている。英語を学び始める者がいたり、絹の輸出に望みをかける者がいたり、牛肉を売りに横浜へ行く者がいたり、旺盛な活動をしている。江戸と大阪で、ほとんど毎日、お互いの状況を知らせる早飛脚が飛んでいる。それには京都の政治的な動きも記されているし、横浜のビジネスのことも的確に触れられている。

3).情報は必要とする人のところへ集まる

幕府や薩長土肥や朝廷が、開国か攘夷かでしのぎを削っている時に、一般の人は盛んに伝聞や直接の情報を取り混ぜて、自分の商売の先行きのために必死になっ

で動いている。こういう乱世では、情報を早く、正確につかんだ者が勝つわけで、人々は無意識に諜報活動に血道をあげている。

ある商人などは、秋田にビジネスのタネを求めて行って、現地の武士に道中の情勢などを訊ねられている。商人は、店は市中にあって一般に接し、取引先の中には大名もあるので、大小の情報をつかむことができたようだ。大名に仕えるだけで、外を知らない武士より情報通だったような気がする。

- ・情報は、収集するだけでなく、独自の視点で自分なりに加工してみる。
- ・情報は、押し付けられるものではなく、使い手が決めることで個人差があって当然。
- ・情報は、もともと無色、無臭である。
- ・情報は、使う人次第で熱を帯び、色が付き、味が付き、匂いを立てやがて血が通う。
- ・生きた情報は、人と人の対話から生まれる。
- ・生きた情報は、現場にある。現場の視点から発想することが大事である。

ある人曰く、口は一つしか無いが目と耳は二つある。つまり余計なことは言わずに”倍、聞いて、倍、見なさい”ということらしい。生きて行くに必要な未来情報は、現場からしか生まれてこない。

◆「情報技術(Information Technology)とは

「情報技術(Information Technology)とは、コンピュータで、1.情報処理 2.情報発見 3.情報活用をするIT技術と定義されている(ウィキペディア)。

1. **情報処理**は、文字、画像、音声のデータ処理、ソフトウェアの開発、データベース構築など、機械的処理が主である。
2. **情報発見**は、人工知能の支援を受けてデータを発掘する情報抽出の技術である。(*)ポイントは、道具を使いこなして知恵を加えて膨らませていくことである。
3. **情報活用**は、未開拓領域で新知識の「展開・構築」といった人間の「創造力・知力知性」等即ちインテリジェンス力が勝負となる領域である。

5.問題は、情報の質や量でなく使う人の資質にある

優秀と言われる人材は、官僚や有名企業を目指す。彼等は子供の時から優秀と褒められ挫折もなく育ってきた。見方を変えると、そこから外れた人たちは挫折経験もあり個性的であるといえる。進学や経済事情で早くから挫折感を味わった人たちは別の価値観を持って生きている。このような人たちの“ゴツタ煮”こそが、組織や会社を元気にする源泉となれる。

さて今時の、指示待ち世代にそんなことは可能だろうか。彼らは、たわいのない対話から情報を膨らませることは可能だろうか。挫折を経験した人たちには、それぞれ独特の経験を持っているので普通に通り過ぎる情報にも変な引っかかり方をすることがある。光がプリズムで曲がって色を発するようなものである。情報の質や量を問題にする前に、情報を発信したり受けたりする側の人に問題が無いかを考えてみるのも無駄ではない。

1. 情報をたくさん持っている人は、仕事が早くて独創的で面白い

知的興味が旺盛で、何でも面白い人には、自然に人が寄ってくる。そこで対話が始まって情報が盛り上がる。これまで見えなかったものが見えてくることがある。それができる人たちは、組織や会社の大小にかかわらず生き残る才覚を持ちあわせているといえる。

組織や会社にそのような人たちがいると、にぎやかで、遅しくて、アイデアに溢れ、仕事に役立つ情報も得られる。コミュニケーションが必要な場であれば、当たり前といえば当たり前のことばかりである。その当たり前が身に備わっているかどうかは別の話である。ひっくりめた言い方をすると“ものごとを面白いがる面白い人間になろう”ということである。自分が発信者側に回ることで、見えないものが見えてくることもある。

対話をするには相手のことをよく知ることが大事で、相手とコミュニケーションが成立するには何か共通のものがあれば話しは弾む。例えば趣味が同じ、出身地が同じ、同世代である、同窓生である、カミさんが怖いなど、きっかけは何でもいい。

同じ体験をしても、ある人の話には含蓄があって、ある人の話は通り一遍で終わってしまう。それは視点の違いや発想の違いからくるものである。ある人が言う「今年の夏は暑かった」。ある人が言う。「アラブの人でも40度を越すと駄目らしい。仕事をしなくな

るので、天気予報では40度以下にごまかして発表するらしい。日本人は40度を越しても、満員電車に乗り込んでご出勤に及ぶのではないだろうか。ちょっとした違いなのだが、話をするなら後者のような話のできる人とお付き合いをしたい。情報に色や匂いをつけられる人は普段からの習慣が身についている。

新聞・雑誌などでコラムニストといわれる人がコーナーを持っているが、彼らは視点の違いを売りにしている人たちである。視点が違うからどうしたというのだ、という意見もあるが、少なくとも、対話の材料にはなる利点がある。そういう意見自体が視点の違う意見で、それをネタにして対話がそこから始まる。情報を自分なりに加工できる能力は、現代に必須なものであるといえる。まさに「報(ドライ)」に「情(ウエット)」が絡んで「情報」となる。

2.「余談」:情報の選択は斜め読みし、関心情報は深読みする

新聞はできる限り目を通すことにしている。なぜなら新聞は世間の縮刷版みたいなもので、雑多な情報が盛り込まれているからだ。この「ごった煮性」が新聞の良いところである。4コマ漫画にも世情が現れている。識者や読者の声も参考になる。広告欄を丹念に見て、世相を眺めるのも楽しい。同じ事件、同じ報道であってもメディアによって報道の仕方が違うのも興味がある。

旅行先で地方紙を読むことも面白い。全国レベルでは小さな扱いでもその地方に関わることであれば大きな記事になっている。例えば沖縄基地に関する記事、原発の再稼動に関する記事などは地方紙ならではの視点で書かれている。東京から発信する情報量は膨大だが網羅的で分散しているぶん現場の声が聞こえない。地方紙は東京にいる欠点を補う。また書店の新刊コーナーをウオッチするだけでも流行や社会の動向が見て取れる。

通信(ネット)によるコミュニケーション手段の進歩で情報の入手は容易になっている。ネットから得た情報の中に、それ自体が課題を解決するに役に立つ情報もある。しかし、そういった情報に「たまたま出会う」ことばかりを期待しては創造的(クリエイティブ)な仕事はできない、つけない。なぜなら、いまや個性的な発想や表現ができる独創性のある人材が求められているからだ。ところが厄介なことに仕事で役立つ多くの情報は、グローバル化によって英語で発信されている。だが幸いなことに日本人の英語苦手は「AI翻訳ソフト」の支援で解消されていくと思う。