

「この会議」をやっている会社倒産します



7選

【警告】この会議をまだやっていたら倒産の危険性あり

昨年中は本連載をご愛読いただきありがとうございました。本年もよろしくお願いいたします。

さて今日のテーマは、「この会議をやっている会社、倒産します」という警告です。私は会議が大嫌いです。特に各自が数字を報告するだけの会議は、参加する意味すら感じません。

実際、1年間に実に約67万時間、15億円もの時間が無駄な会議に費やされているというデータもあります。何を以て無駄なのかは難しいところですが、今日は危険な会議をチェックしてみたいと思います。

1 無駄にリアルに集まる

コロナ前は打ち合わせという「集合」でした。30分程度の打ち合わせに2時間かけて移動するなんて会議もありました。往復4時間ですよ。社内会議をわざわざリアルで実施する必要はほほほと考えます。

石原の仕事仲間は全国に散らばっているため、2016年

頃からZoomで打ち合わせをやっていました。私のクライアントでも、拠点があちこちに散らばっている会社さんは、昔は集まって本社で会議をしていま

したが、今では各拠点到オンラインの部屋を作り、移動時間ゼロで打ち合わせをしています。生産性はかなり上がっています。もし社内系の打ち合わせをリアルのみでしているなら、全員の時間を足し、時給で掛け算してみてください。どれほどの時間が無駄になっているかが見えてくるはずです。打ち合わせ後お互いに話をしたい場合、集まるのは良いと思いますが、報連相ならオンラインで十分です。

2 目的とゴールが不明

「集合！」と集まってみたけど、「何のための会議？」と思った経験はありませんか。何のために集まっているのだろう。主宰者側は必ず、「今日はここまで決める」「このテーマについて決める」という目的と、具体的な結論（ゴール）を明確に

しましょう。ゴールが分かっているならば、参加者は意見を持って会議に臨み、その場で決められます。

3 報告が中心

会議の目的は、「何かを決めるため」です。それ以外に集まる理由はありません。報告であれば、紙や議事録で見れば分かります。見てわからないなら、それは読み手の読解力の問題ではなく、書き手の伝える力の問題です。ちゃんと書き直すべきです。それが面倒だから「集まりましょう」は、やめてください。時間がもったいないです。

もし口頭報告が必要だとしても、1時間の会議なら、最初の5分で報告を済ませ、「これについて皆さんの意見をください。どうしたらいいですか？」と問いかけて、残り55分をディスカッションに充てるべきです。

4 意味のない定例化

毎月第1月曜日に必ず集ま

るといった意味のない定例化は、議題がない場合に時間の無駄につながります。議題がないのに定例化を続けると、「何のために集まっているのだろう」という疑問が生じます。忙しい人たちが、スケジュール調整の手間を省くためには定例化は有効ですが、議題がなければやめるか、1時間枠でも40分で終わらせるなど、柔軟性を持つべきです。

5 やたら人数が多い

会議は、やはり意思決定ができる人間で集まるべきです。意思決定ができないなら、できる人の意見をちゃんと持って参加すべきです。そうでなければ、会議の目的であるディスカッションや決定から外れたミーティングになってしまいます。

情報共有化が目的であれば、議事録や動画、Zoomの録画でカバーできます。見たい人が必要な時に見れば良いだけであり、「二斉に同時刻に集まる」という考え方は古いのです。無理に人を集める必要はなく、本当

に決められる人だけが集まるべきです。

6 所感(愚痴)を言い合い 仮説がない

「いいね」「悪いね」と感想を言い合って終了するような、評論家のような会議は、商売には不要です。「ここが問題点です。これに対し、こういう取り組みテーマを上げて、これから取り組みます」という具体的な案を出さないとけません。愚痴や感想の言い合いは、ガード下で飲んでいればいいだけです。やめましょう。

7 自社の話ばかりで 顧客の話がない

会議のテーマが、自社の数字、自社の商品の話、自社の組織の話ばかりに終始していませんか。内部の議論はもちろん重要ですが、最終的にそれをジャッジするのはお客さんです。

競合との勝負があるのに、うちの組織がどうだ、商品の値段がどうだ、サースがどうだと内部の話ばかりしては、いつ

までたつても答えが出ない。売れない理由が商品力や組織の問題だとしても、それが「お客さんにとってどういう意味があるのか」、そして「競合と比べてどこが劣っていてどこが勝っているから、どこをPRすべきか」という議論がないと、判断を間違えます。

自社にばかり目が向いている会議は、市場との乖離を生み、衰退につながります。顧客視点での議論をぶつけ合うべきです。

以上7点、この会議は危険！を上げてみました。ぜひ皆さんの会社でも見直してみてください。

(株)プレジデンツビジョン
石原 尚幸
代表取締役

いしはら・なおゆき。1973年生まれ、愛知県名古屋出身。96年、上智大学経済学部経営学科卒業後、出光興産に入社。京都支店、関東第二支店を経て05年本社・販売部企画課に配属。08年に独立起業し、2012年法人化した。