

# 「タイミングマネジメント」®

## Win-Win講座

第4回

報告するタイミング、共有するタイミング

タイミングマネジメント®/Timing Management®は坂本敦子が創作した言葉で、株式会社プライム・タイムの登録商標です



坂本 敦子



### だれのために何のために 報告・共有するのか

報告するタイミングや共有するタイミングがよいか悪いかは、経営の成否の分かれ道になることすらある重要事項です。最近さまざまな企業の不祥事がつづいていますが、問題が発生したときに経営のトップが「聞いていなかった。知らなかった」では済まされません。チームの中でよいことはもちろんのこと、悪いことほど早いタイミングで報告・共有できていなければなりません。タイミングを逸した報告、共有は意味がなくなってしまい、リスクにつながるのです。タイミングのよい報告・共有の出発地点は、「だれのために、何のために報告、共有するのか」「私たちはどういうチームになりたいのか」という価値観・ビジョンを持っているかどうかということです。

報告は指示とセットだと考えている方が多いと思いますが、指示がないときでも必要だと思ったタイミングで能動的に報告することが大切です。「今共有しなかったらどうなるか」を予測、判断することがポイントです。法的に義務づけられたり、ルール化されていなければ報告しな

いという受け身の姿勢では、リスクも大きくなります。



### 不完全な状態でも 時には構わず報告する

人間にはコミュニケーションのタイミングを阻む心がどこかに潜んでいるのかもしれませんが。例えば、自分が伝えなくてもきっとだれかが伝えてくれるだろうという依存心や、ある程度まとまってから報告すればいいだろうという思い込みや横着な心。自分だけが知っていればいいだろう、この程度の情報は相手は知らなくてもいいだろうという自分勝手な心。また、悪い情報を伝えると怒られるのではないかという臆病な心。よい結果についてはだれでもすぐのタイミングで報告しますが、悪い情報ほど早いタイミングで報告することが事態をよい方向にもっていく第一歩であり、最悪の結果になることを阻む上で大切だという価値観をチームのメンバー全員で共有しておく必要があります。

「ある程度まとまってから報告しよう」は危険な考えです。情報を完全にしてから報告しようとしている間に相手が予想外のアクションを起こしていて、こちらの対応が遅れた

り、クレームが発生したりするケースもあります。「お前は一言足りないな。なぜ、あの時言わなかったんだ」と言われる人がいますが、本人は言いたくないのではなく、「あとで言おう。今じゃなくてもいいや」と自分勝手に報告のタイミングを判断しているケースが多いのではないのでしょうか。

また、中間報告をするタイミングも重要です。指示された内容を勘違いして違うことを進めていた場合も中間報告をすることによって、早目に軌道修正ができ、人件費も含めて無駄なコストを使わなくてすむようになります。



### タイミングよい報告は 部下への礼儀

「この件は今じゃなくてもいいだろう」「言わなくてもわかっているだろう」というような自分勝手な思い込みから報告をしないケースがありますが、それがクレームや重大事故(人命)につながることもあります。ある工場で「モーターの音がちょっとおかしいな」と思った人がすぐに報告しなかったことで、火災が発生したという例がありました。「これはいつもと違うが、こんなこともあるのかな…。まあ、大丈夫だろう」というような勝手な判断は本当に危険です。医療の現場でも報告するタイミングが遅かったことで事故につながった例はたくさんあります。

### タイミングマネジメント® とは？

価値観とビジョンを機軸に、一つのアクションが最大限の効果を発揮する最良の「機」をつかんで、最適な行動をすること。つまり、「今やらすしていつやる」という対処すべき好機・勝機をつかんで動くこと。

特に、忙しく動いている人は、一言報告することを後回しにしがちです。忙しい人ほど、報告するタイミングを常に意識していきましょう。

報告というと、部下から上司にするものと思いがちですが、上司から部下にも当然必要な行為です。

Aさんは上司から「S社が急ぎでコンサルティングの提案をしてほしいと言っている。明後日の午前中までに企画書を作ってくれないか」と急に指示を出されました。その日は深夜遅くまで残業をして、何とか企画書を作成しました。その後、上司はS社に企画書を持っていったようですが、その件について何の報告もありません。Aさんが心配になって聞いたところ、「いい提案だと言っていたよ」とのこと。Aさんは「何でこちらから聞く前に早く報告してくれないのか」と上司が報告しないことを腹立たしく思い、信頼感が薄らいでしまいました。指示を出した上司からのタイミングのよい報告は部下に対する礼儀であり、部下のモチベーションに直結します。

### 生きた情報の意味や価値を台無しにしない

企業は毎日存続の危機にさらされていると言っても言い過ぎではないと思います。情報は生き物であり、企業存続のキープポイント。タイミングよく共有しないと情報の意味や価値がなくなってしまいます。

Bさんは先日、課の代表として情報セキュリティの研修を受けてきました。せっかくの研修の内容を課員に共有するために少しでもよい資料を作ろうと思っているうちに受講してから1週間が経ってしまいました。そんなある日、研修で取り上げられた事例とそっくりの事務ミスが発生してしまっただけです。

日常業務に直結する内容は、体裁にこだわりすぎずに直ちに共有する

## タイミングの小窓

— インフルエンザ予防接種のタイミング! —

毎年1~2月をピークに初冬から春先に流行するインフルエンザ。39~40℃の高熱がでて、感染力も強く、治るのに1週間くらいかかります。もっとも効果的な予防法はインフルエンザワクチン。接種した人の約70%がかからずに済むか、かかっても軽症に抑えられるそうです。ワクチンの接種にも、適した時期があります。ワクチンが体内で効力を発揮するまでに2週間ほどかかり、半年近く効力が持続するので、11月に接種するのが最適のタイミング。しっかり予防してウイルスの侵入をガードしましょう!

ことが大切です。「これを今共有しなかったらどのような問題が発生するか」というリスクの大きさや頻度を予測していれば、どのタイミングでその情報を共有することが大切かという判断ができたのではないのでしょうか。

また、情報の共有のタイミングと同時に大切なのはその方法です。文書で回すだけで、「自分は情報を共有した」という事実を作り、責任を果たしたと勘違いする人がいます。情報発信しても相手が見ているか、内容を理解して行動できるかも共有のポイントです。メールがよいか、対面がよいか等の効果的な方法を考えましょう。例えば実務的な内容でしたら、研修で学んだよい例、悪い例をその理由を含めて共有し、現場ですぐにやってみせたり、相手にさせてみると効果的です。要点(Point)、理由(Reason)、具体例(Example)、要点(Point)のPREPの順に話すとうわかりやすく伝わります。

N社の人事・総務部門では、先日部内であるミスが発生し、部内の情報共有がされていないことが問題となり、数年ぶりに朝礼が復活しました。毎朝、対面のスタンディングミーティングというスタイルです。座ってしまうと話が長くなる傾向があ

るので、全員立ったままのミーティングスタイルでその場で双方向のコミュニケーションをとることができるというメリットがあります。10分以内に終わることを目安に、部長や課長からの一方的な指示や情報共有ではなく、部員一人ひとりが今取り組んでいる仕事の内容や状況、最近の話題、問題となっていることや旬の情報等を話していくようにしました。さまざまな情報が旬のタイミングで共有されることで、お互いの仕事の関わりがみえてきて、情報交換が活発になり、部の雰囲気も明るくなりました。タイミングのいい情報の共有がチームワーク向上の活力剤になるのです。

### 坂本 敦子

人財育成コンサルタント  
産業カウンセラー 心理相談員

航空会社、外資系化学会社人事部を経て、1995年に独立。2005年「タイミングマネジメント®研修」を開発し、発表。このほか「リーダーシップ」「CS・顧客満足」「キャリアデザイン」「コミュニケーション&マネー」等の講演や研修で幅広く活躍中。  
経済産業省 独立行政法人評価委員会 委員。

株式会社プライムタイム 代表取締役  
☎03-3221-5530  
prime.sakamoto@nifty.com  
http://www.primetime-winwin.com

☆「できる人はタイミングをつかみとる!!」(仮題)  
ダイヤモンド社より2006年12月出版予定