

## ◆人材の7つの資源を見出す

ビジョン生産

革新持続

資源人材育成

機会生産

新資源生産

科学論理生産

最適化推進

組織は、左図に表した資源を常に産みだし実践できる人材を求めているのではないだろうか。すぐに、その様な人材が育つはずがなく、日々の試みがあって、成果への方法を積み上げていくしかない。積み上げるために材料とシステムと視点が必要である。

分析対象は、あらゆる文章である。人と組織と社会である。人の人的資産となる要素と可能性を探る。組織分析は組織機能の状態と、組織の特異を探る。人材の集合体である組織が、人材の能力を集めて、組織の特異化を図るシステムを探る。社会は、社会を一つとした社会組織の特徴と変化を探る。市場の形態と市場変化要因を探る。

これらを合わせて、一人材が、左項目が達成できるように、分析結果を持って、人、組織、社会のバランスを図る要因を提供する。

### 人材に見出す資源、人材を育む方向の目的を明確に

人材の活躍を期待して、教え、学ぶ。人材に、一つの専門分野に卓越し、その分野で活躍してもらいたい。専門分野をさらに、最適に、最高に、最大に活用させる方向が、上記である。何を持って、企業を、市場を、社会を発展させるかの解が、ここにある。

### 弊社及び、文章分析<<文道>>のミッション

人材、組織、市場、社会を分析して、

1. 推測を確信に変える。
2. 知をまとめる。
3. 発想を助ける。
4. 思考&行動の最適化を図る。

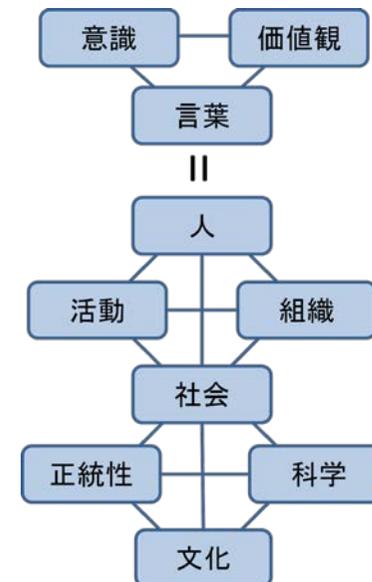
そして、言葉と数値で、常に「社会を、市場を、組織を、人の見える化」を図る。

文章データ、現象データを3つの視点で分析する。一つは全体である。社会全体、市場全体。市場は世界で一つの市場とする全体である。次が、顧客を含む、小さな市場である。最後が、自身であり、自社である。自身が持てるモノ、自社が特異に変換できるシステムである。

分析結果をもって、意識を明瞭にして意識向上につなげる。矛盾を明らかにして、バランスを作り出す。暗黙知、習慣を明らかにして、無駄をなくす。知識生産性向上につなげていく。

### 言葉を素材にした分析論

## 文章分析<<文道>>が目指す目的



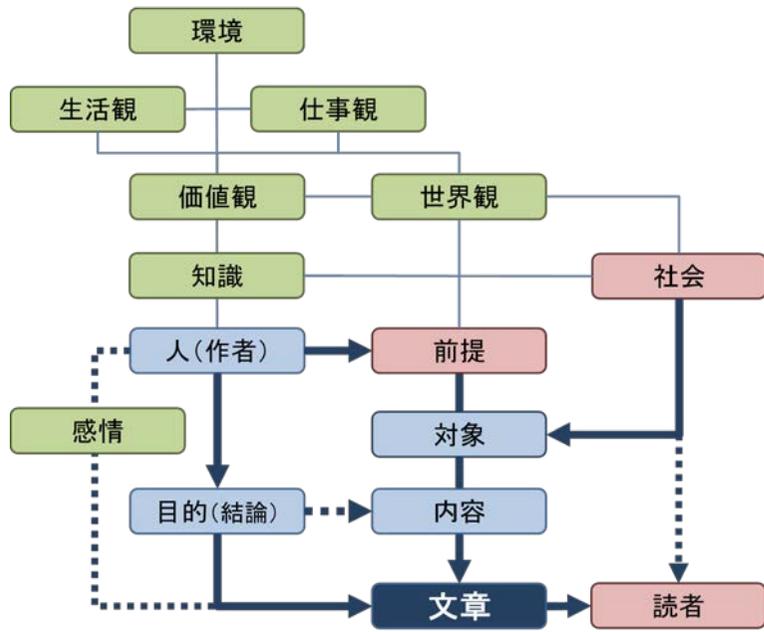
文章分析<<文道>>は『言葉を素材』にした分析である。

言葉を素材にしているが、言葉を分析するのではない。言葉が綴られている文章、言葉のカタマリの元を分析する。

「言葉を」表している人や組織を分析する。同時に「言葉が」表している市場や社会を分析する。1つの言葉のカタマリ、文章には、2つの対象が一緒に含まれている。書いた人またはグループ、書かれた内容または対象である。そこには、多くの事柄、人々の基準になるものが表れてくる。

言葉を道具に、新しいモノサシを手に入れてください。

## ◆文章には、様々な次元とたくさんの事柄が閉じ込められている



文章を読むと、まず、内容が入ってくる。内容だけを読み取って終わってしまうかもしれない。結論と、表された内容の対象について認識するだろう。少し深く読めば、作者が書いた前提と感情を読み取ろうとするかもしれない。よく読み込んだとしてもここまでである。よく読み取った前提、感情すら、実際の一部である。「読めば分かる」と言われるが、その範囲は、内容のみである。

上図に示されているように、文章にはたくさんの事柄が閉じ込められている。文章分析では、これらを解き放とうとしている。

一人の一つの文章の分析では、上図に示したすべては分からないかもしれない。二つ、三つと文章が重なれば、大半の事柄が分かってくる。作者が読者を意識しているかどうかで表現スタイルは違う。これは一つの文章で判断できる。報告書などを一週間に一回、一ヶ月に一回と分析を重ねていけば、感情の変化、意識の変化が分かる。上図の緑色の箇所が解き明かされていく。赤色への姿勢、基準などが分かる。一つのグループメンバーをまとめて分析すれば、グループ全体の意識傾向、判断基準を把握できる。グループを一つの人格の様に把握できる。グループ内の一人ひとりを見ようとすれば、人との関係性が分かる。

文章は作者と読者をつなぐ役割を果たしている。水色部分を仲介にして、緑色と赤色の関係を築こうとしている。

作者と読者は、異なる立場だが、社会の一員としては同じである。読者が内容に共感したとしたら、内容関連する立場について二者は同じ場所にいる。如何なる文章にも何人かの共感できる人たちがいる。作者を産んだのは社会だからだ。上図の緑または赤のどこかが共通であれば互いに理解できるはずである。

文章は、全くのゼロの状態から産まれない。人の中に居て、人と関わりを持って、自らの環境と自らの行動、社会とのギャップがあって誕生する。社会があって、社会で活動して文章が出来あがる。文章分析は、文章を作りだした多くの様々な要因、背景を取り出してくる。

左図の【文章】の所に、「製品」「サービス」「教育」などの語を入れても、「文章」の語が変わるだけで、他の語はほとんど変わらないだろう。

「文章」→【商品】、「読者」→【顧客】、「目的」→【機能】となる。

「社会」と「読者」の間に「市場」が入り、「社会」→「市場」→「顧客」となるだろうか。

「読者」または「顧客」の後に緑色の項目がすべてついてくる。

「言葉を」表している人や組織、社会・・・

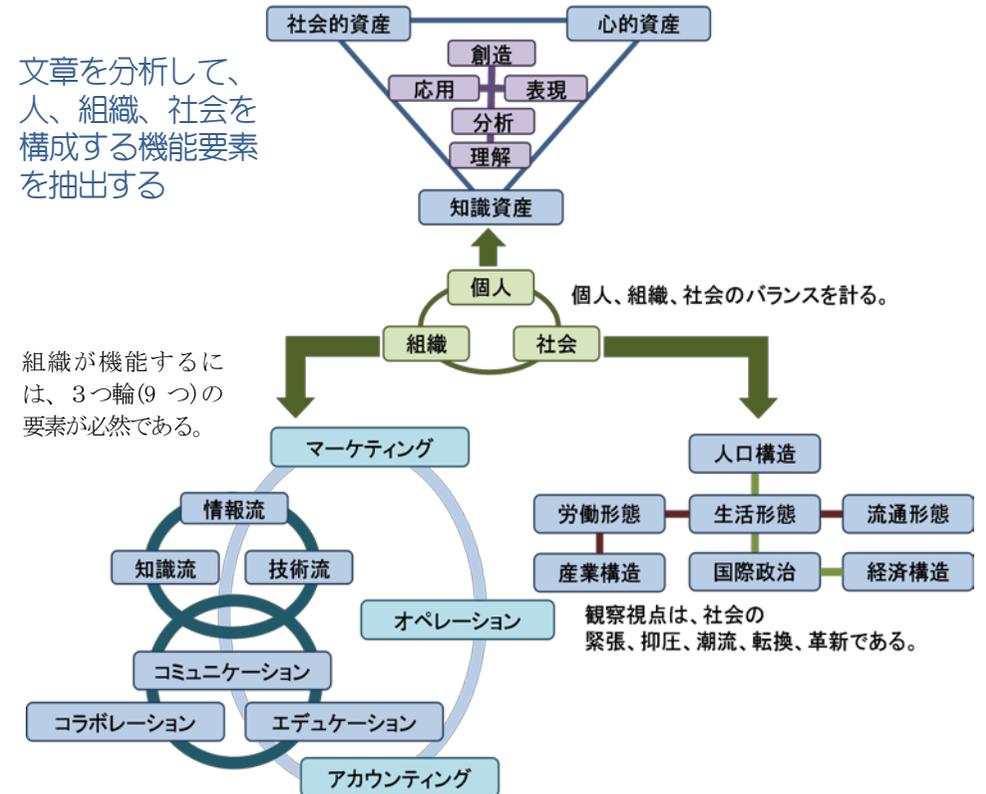
「言葉が」表している人、商品、組織、市場、社会・・・の状況を分析してくる。

「言葉を表す社会」は、無作為に取り出された、人々の自由な課題の文章集合の分析である。その中には、社会の価値観があり、社会が持つ方向を示しやすい。

組織の複数の人の文章を分析すれば、組織の意思が輪郭を表し、組織の「緊張、抑圧、潮流、転換、変革」が見える。市場も、社会も同じ様に抽出される。

## ◆文章を分析して、人、組織、社会を構成する機能要素を抽出する

組織の複数人材(10名以上)の文章で、下図に表した事柄が分析結果から読みとれる。



文章を分析して、人、組織、社会を構成する機能要素を抽出する

組織が機能するには、3つ輪(9つ)の要素が必然である。

観察視点は、社会の緊張、抑圧、潮流、転換、革新である。