

情報の交流と共有

花王株式会社 社長 丸田 芳郎



学問がそれぞれの分野でそれぞれ単独に進められていた時代はもはや過去のものとなった。いまや化学、物理、生物などの各学問は、すべて分子や原子の世界に行きついたといえる。

化学物質の合成には物理的なエネルギーの計算が必要だし、生体の皮膚にしても各種物質の物理化学的な機序を解明することなしには正しい知見を深めることはできなくなった。

化学の関連するところは、さらに食品学や薬学や医学や生理学にも及んでいる。

このようにすべての学問は、いま急速にその垣根をとりはらいつつある。そうしなければ学問全体としても、個々の専門分野としても、進歩し得ない段階に入ってきたからである。

しかし考えてみると、本来学問というものは真理や法則を探究するためのものであって、そのための手段としていろいろな分野に分れたに過ぎない。したがって、それが1つに統合される方向に向かったとしても不思議ではないし、むしろ本来のところに辿りつきつつあるといえる。

のみならず、こうした傾向は、ひとり自然科学だけではない。自然科学と人文科学とのあいだにおいてもいえることである。自然とか人文とかの垣根をとりはらいつつあるのである。

人間はなぜ美しいものに感動するのか、真実に共鳴するのか、また人間は、そうした感動や共鳴を覚えたときどのような生命反応を起こしているのか、といったことなど自然科学と人文科学の両面から探究してこそはじめて、より深く理解されるものである。

真理は1つなのである。それは50億年前に地球が創成され、200万年前に人類が発生し、そして進化してきたという厳然たる事実が示すとおりであって、われわれはその法則のなかで生かされて現在あるにすぎないのである。

日常茶飯なことのなかでも、真理により近く生きたとき、それは正しい行為となるし、また真理により近い発見をしたとき、それがより多くの人々に感謝されることになる。

そうした真理に近づくためには、学問間に垣根があってはならないし、また会社組織の垣根や上下のへだたりがあってはならない。

わが社ではかなり以前から、役員室も研究所も各事業部門も、みな大部屋方式にしてきたし、少しは残してある個室も原則としてドアを開けっ放しにして、先客さえないければ誰でも遠慮なく自由に出入りできるようにした。

大部屋方式であるために、ほかの人がどういう仕事をしているか、それとどう関連して行けばよいか、順調に進んでいるかどうか、常時お互いによくわかる。

研究所が大部屋になっていると、専門分野だけの狭い考えにとらわれることなく、別の学問領域の人の意見が手軽に聞けて、幅広い観点から研究ができるし、組織や個人の間にあるがちな垣根をとりはらうことができる。

近年コンピュータが急速に進歩し、工場もオフィスも情報処理手段で重装備されるようになって

た。このような状況のなかで情報の垣根をとり除くかどうか非常に大事になってくる。

ともすればトップの権威を情報の保有量に求めようとする経営者がいるが、これは大変な誤謬であるといわねばならない。

情報は一部の幹部が専有するのではなく、すべての社員が共有すべきものである。そしてその情報共有のためには、つねに各学問間、各組織間、各担当間で情報の交換・交流がなされていなければならない。

よりよくニーズに応えるためにはマーケティングとR&Dとが情報の融合を図らねばならないし、コンピュータにおいてはハードとソフトの知恵の交流が必要である。同じことはトップと第一線の間においても、サイエンスとアートの間についてもいえる。

いまや、わが社の辞書には秘密という文字はない。情報はすべて公開されており、社長でも新入社員でも、いつでも自由に欲しい情報をアウトプットできる。そして同じ情報をもとにそれぞれがフェアに議論し英知を出し合って、そこから1つの結果に到達する。

その場合の社長の役割は、大局的な観点や長期展望に立って進路を示し、多くの議論をまとめてゆくことにある。その能力に欠けては社長失格である。だが個々の点ではそれぞれの人はみな特性を持っており抜きんでているのであるから、それらの英知を結集しさえすればよい。大勢の人の英知を集めることは真理により近づく道である。

むろん情報の公開・共有や交換・交流には、秘密の漏洩という懸念がつきまとう。しかしそれ以上に、得られる英知の結集の方が大切である。

われわれはいま、小売店の店頭活性化のためにPOSその他で集めた情報を、直接関係する小売店はいうにおよばず、そのほかの業種の小売店に

も流して参考に供している。流通における情報のVAN化である。これは、異なった業種の売れずじ情報をお互いに交流・交換し合うことにより、よりよくニーズに応えようとするもので、いわば生産者と流通業者の情報の共有ということになる。製販が一体感をもって真剣に消費者の真のニーズに少しでも早くお応えしようという考えである。

学問の領域がとりはられるようになり、組織の垣根が無用になり、共通の価値判断による情報が共有化され、流通にVAN化が進展する。そうした変革を推進するのは、まさしく意識革命なのである。トップの視点はそうした意識革命におかれることになる。

その基本は、真理は1つで、それが「法」であり、その「法」にしたがって生きてゆく以外に道はないという考えである。

昨年10月西ドイツで第6回日独情報科学フォーラムが開かれたとき、別のテーマではあったが、こうした「法」の原典になっている聖徳太子の思想について講演した。

その後、この講演を聴いてくださった西ドイツのトンネマッハ教授が「ドクター丸田がいう聖徳太子の思想にのっとった『情報の共有』という考えには特に感銘を受けた」との感想をもらしておられたということを聞き、あらためて感慨深いものを覚えた。

というのは、情報の共有とか垣根の無用という考えが世界的なものになりつつあるということ。すなわち、もはやこういう考え方は突飛でも何でもない。

もう1つは、東洋的な考えがいまやヨーロッパ人にも感銘を与えるということ。すなわち真理は古今東西を通じて変わらないということであった。