

その4 KY って？

油井 文江

株式会社ゆいアソシエイツ代表 中小企業診断士

ある商店主が激怒していました。イベントで焼きそば作りにてんてこ舞いしているとき、用件があると訪れた中小企業診断士が「名刺をください」といったのです。怒！（今この状態がわからないの！）

大体小規模の小売店主は名刺など持ち歩かない方が多いようです。まして炎天下で焼きそば作りに奮闘中。所持していても面倒至極、手も離せない。

名刺のやりとりはビジネスのスタートですが、相手や状況をみてのやりとりが大前提です。場をみるとはそういうことです。

1. 最近はやりの「KY」

皆さんは「KY」という言葉を知っていますか？ 危険予知のKYとは別です。筆者は最近知りました。診断士の友ウィキペディアで調べると、KYとは「空気が読めていない」「空気を読め」の略で、2007年春頃から流行した言葉とか。漫画家のやくみつる氏は、広辞苑に加えてもいらいのインパクトがあるといいました。広辞苑は10年ぶりの改定で、「イケメン」「ウザい」などの若者言葉も加えるそうですからありえます。

(1) 「もしかしてKY」の逆の怖さ

女性誌『non-no 9/5号』では「もしかしてあなたKYになっていない？」という特集がありました。この「もしかしてKY」は怖い。いえ、空気が読めないことへの改善意欲はよいのです。しかし深い考えもなしにKY強迫観念が増殖することが怖いという意味です。

日本人はもともと過剰なほどの「空気読み派」です。軋轢を嫌う和の文化は、「長いものには巻かれる」「面従腹背」にまで行き着いています。「出る釘は打たれる」「付和雷同」なども空気読みの処世訓かもしれません。

しかし、最近の食品産業の不正続出の状況を見ると、間違った空気読みの害を思わざるをえません。上の不正な指示に黙って従う社員は辛い空気読みですが、もちろん間違い派です。農林水産省によると、今年内部告発件数は前年の3倍に増え、月300件を超す勢いといえます。内部告発者はホイッスルブローワー（笛を吹く人）といわれ、組織内の間違いを気づかせる大事な役割を持ちます。しかしその組織内ではKY視されがちです。

(2) プリンシプル（原則）とKY

企業の広報や内部統制では、空気を読まないことが必要とされます。経営の腐敗や時代ニーズに反した企業行為は、当事者がトップでも諛言しなければなりません。より日常的な場面では、「下手な空気は読まない」姿勢が改善提案の原動力です。たとえば日産自動車のゴーン社長は空気読みなど関係ないでしょうね。9月に診断協会東京支部の海外事業推進部が訪れたマレーシアのマハティール前首相は、小国ながらアメリカの戦争モードに反対した果敢なKYです。彼らは原則の人、信念の人と呼ばれます。

(3) 上からのKY

KYが使われるシチュエーションでは、上から下のものに使われることが多いようです。逆

からはあまりいえません。言外に「黙って従え」という強圧性が隠れているからです。

コミュニケーションで、相手の状況や気持ちに気配りすることが大事だというのは、この「コンサルタントの品格」シリーズの主題の1つですが、その前提は自尊と他尊です。ヒエラルキーなどに関係ない人間としての相互作用のあり方がテーマです。

雑誌が「もしかしてKY?」を特集するとき、人はドキッとします。それは自分の振る舞いが周囲にどう映るか、本当のところは自分にはわからない不安を持つからです。不安を煽るのはマーケティングの戦術ですが、集団意識と序列意識の強い日本人には「KY」攻撃は効きそうですね。TVドラマでも「あなたKY」といわれてひるむ場面が容易に想像できます。

(4) 「読め」の自己中心性に気づく

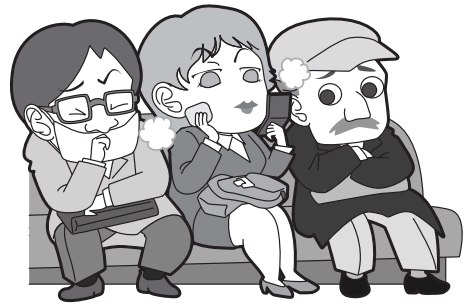
人間どうしの関係や社会との関係は、無前提に軋轢なしがいいというものではありません。若い母親の「公園デビュー」のストレスなどは、グループの「空気」を損ねないための、自己の過剰なへりくだりと抑制が原因とも思えます。

男性社会にも同様のことがあります。たとえばAがBを非難する。CはBを気遣う。AはCをKYという、などです。ここではAは、「こちらを選べ」といっているのです。いわゆる同調の強要。Aの自己中心性が不適切な場合は、あえて「空気を読まない」という選択も価値あることでしょう。KYの逆は裏表がない誠実な態度ともいえます。

2. KY ではない声の出し方

さて、電車内で化粧をする女性が、「わたしってKY?」と聞いたら、「文句なしにそうです」と答えたいところです。電車内や公共の場での真正KYでは甲高いお喋りなどもやり玉にあがります。

前回取り上げたメラビアンの方則で、第一印象に声や話し方が強く影響することを紹介しました。ここでは、よい印象の「声」づくりの基本を知っておきましょう。



イラスト：鈴木拓巳

(1) よい声5態

力がある：声量がある声で、よい声の基本。

声量は熱意として伝わりやすい

明るい：声の重要ポイント。相手にパワーや元気を与えられる。性格が前向きで明るい印象を与える

通る：聞く相手が疲れない。声が大きいいということではなく、小さくてもよく届く声

響く：いわゆるよい音色の声。聞いているだけで癒し効果もある

やわらかい：リラックス効果のある声。相手の緊張感をほぐし、好感を得やすい

(2) よい声づくりのストレッチ

口を大きく「アー、オー」と開け閉じする。唇を「イー」と開く。唇を「ウー」と前に突き出して閉じる

舌を左右に反転させる。大きく動かす

大きなあくびの動作を、「ハーッ」と声を出して行う

首を左右に向ける。グルグルと回す

肘を肩より上にして肩を前後に回す

このほか、ドレミの5音階を大きく発声するとのどや胸が開いて効果的です。声は訓練で変えられるもの。簡単なストレッチだけで伸びやかな声になります。試してみてください。

皆様のご意見、ご感想をお寄せください。

油井 文江

(ゆい ふみえ)

横浜国立大学卒業。企業広報に携わった後、2003年に独立。女性のビジネス支援、流通・サービス業のコンサルティング、創業、CS等の研修・執筆に従事。経済産業省政策審議委員等。

