

原田洋幸著「日本マクドナルド社長が送り続けた 101 の言葉 人生はマーケティング」

かんき出版 2010年2月22日刊を読む

### 「これが課題です」ではなく「これが挑戦です」と答えよ

1. 日本人がよく使う言葉に、「プロブレム（問題）」と「イシュー（課題）」があります。一方、アメリカ人は「オポチュニティ（機会点）」や「チャレンジ（挑戦）」という言い方をします。
2. 例えば日本人は、プレゼンテーションをすると、まず問題の説明から入ります。最悪の場合、「日本人は問題の説明ばかり続ける。あなたのコミットは？」と言われてしまいます。
3. アメリカ人の「問題」は「機会点」です。ですからあなたも「オポチュニティ&チャレンジ」という言葉を使うことで、「日本人はネガティブだ」とよく言われる、日本人への誤解を回避できます。
4. 問題や課題があることは明白です。彼らはそれに対する具体的な姿勢が知りたいのです。意識の起点が、「不満を言おうとしている」のか、「次に何をしようと思っているのか」で、印象は随分変わります。
5. 「私は問題点をあげつらうのではなく、明日に向かって前向きに考えている」という建設的な姿勢を相手に見せることで、聞き手も引き込んだ議論のリーダーシップを取ることができます。
6. ただし、これには注意も必要です。それは、その国の文化を知り、それによって使い分けることです。参加者が日本人だけの会議で、「チャレンジ」が多過ぎると、理解されないこともあります。
7. 日本人に日本語で伝えるときは、「問題」や「課題」という言葉を少し多めに使った方が効果的ですし、グローバル化が進んでいる企業や外国人に英語で話すときは、「オポチュニティ&チャレンジ」を多めに使った方が効果的です。  
その国の文化に則って翻訳することで、言語はより強力な武器となるでしょう。

P152 ~ 153

[コメント]

「問題」を「課題」に、「課題」を「挑戦」にと、とらえ方を変えるだけで、生き方も変わる。また、結果も変わる。お客様への役立ち度、社会への貢献度、ひいては企業の持続性、継続性、発展性も大きく変わる。変化をし続けるマクドナルドから学ぶことが大きい。

- 2010年2月9日 林明夫記 -