

駄洒落な職場づくり物語

～緊張した組織の人間関係を解きほぐすために～

一般社団法人 日本だじゃれ活用協会 代表理事 鈴木ひでちか

Chapter 6. だじゃれが飛び出す職場をつくる②

< 登場人物 (D社 人材開発部 コーポレート・コミュニケーション室) >

堀 (課長)：ユーモア大好き、明るい人柄でいつも冗談ばかり言っている。義理・人情を重んじる昔かたぎな性格。理知的な人が多い人材開発部では異色の存在。

原 (主任)：バブル崩壊後の就職氷河期に入社。6ヵ月前に営業から人材開発部に異動してきたばかり。バランス感覚に優れ、管理職と若手社員をつなぐリーダー的存在。

澤：社会人7年目。クールな一面もあるが、頭脳明晰。冷静な判断力とスピーディーな仕事ぶりが持ち味の優秀な若手社員。

与田：社会人3年目の女子社員。少しおちょこちょいなところもあるが、明るく社交的な性格のムードメーカー。

Story

D社 風土改善委員会の葛藤

とある水曜日の午前10時。今月から始まった各職場代表を集めての「職場改善委員会」の週1回の定例会議が終わり、事務局を務めるコーポレート・コミュニケーション室の3人が振り返りをしています。

澤：「今日もダメでしたね……」

原：「そうだなー。もっと活発に意見交換される委員会を期待していたのに、これでいーんかい？ ってくらいに静かだったよな」

澤：「今日は“風土”に掛けて、食堂の“フード (食べ物)”の改善提案もテーマにしたけど、それでもシーンとするシーンが多かったですね……」

与田：「私 (与田) が言うのもなんですけど、余談も含めて、ホントだじゃれの1つでも飛び出すと

いいんですけどね」

原：「まあね。でも我々は日頃から堀さんで慣れているけど、そうでもない人にはだじゃれってハードルが高いんじゃないかな？」

澤：「そうですかね？ 僕も最初はそう思っていましたけど、だじゃれって意外と簡単で、今では誰じゃって楽しめる、ちょっとしたユーモアだと思っています」

与田：「そうですね。会話の流れのなかからつくられて、準備が不要ーだというのも、だじゃれの魅力の1つですよ」

原：「そっか。だじゃれが飛び出す会議か。懐疑的な意見もありそうだけど、1回、議論してみる価値はありそうだな」

与田：「いいですね！ 何だか楽しそう！」

澤：「でも確か、ドミノ・ピザ日本は“1会議1だじゃれ”と

Chapter 1. 増加する“緊張した職場”

Chapter 2. 組織の成功を左右する「関係の質」

Chapter 3. 組織の緊張を解きほぐすユーモアの効用

Chapter 4. あそびのあるチーム・組織の実践事例

Chapter 5. だじゃれが飛び出す職場をつくる①

Chapter 6. だじゃれが飛び出す職場をつくる②

いう取り組みをして失敗に終わっちゃったんですね？ だじゃれに引っ張られすぎて会議が進まなくなるとか……」

原：「確かに何かしら工夫は必要だな……」

与田：「方法はともかくとして、会議にユーモアを取り入れて、参加者に言うMoreな気持ちになってもらうのは大切ですよ！」

原：「そうだな。一丁、3人で知恵を絞ってみるか！」

澤・与田：「はい！」

Guide

“だじゃれPK戦”で会議活性

会議にユーモアを取り入れることで、参加者の「言うMore」な状態（積極的な発言）を引き出そうと画策中のコーポレート・コミュニケーション室の3人。

そんな彼らにとっての先進事例と呼べる取り組みがあります。医薬品の外観検査システムの開発で、業界トップシェアを誇る第一実業ピスウィル株式会社（大阪吹田市）。同社では、有志で運営される風土改善委員会の定例会議で冒頭の10分間を使って、“だじゃれPK戦”と呼ばれるアイスブレイクを行っています。PK戦のルールは至ってシンプル。参加者を3対3の2チームに分け、魚や動物の名前といった「お題」に対し、45秒の制限時間内により多くのだじゃれを言えたほうが勝ちとい



鈴木ひでちか 一般社団法人 日本だじゃれ活用協会 代表理事

1975年生まれ。慶應義塾大学商学部卒。花王株式会社、教育研修会社を経て独立、企業研修の内製化を支援する株式会社ラーニング・クリエイトを設立。その傍ら、一般社団法人日本だじゃれ活用協会を設立。「だじゃれは世界を救う！」を合言葉に、独自開発したセミナー「ダジャーレdeござ〜る！」を全国各地で開催中。

著書：『爆笑する組織〜会社を強くするだじゃれ仕事術〜』（自由国民社）

ホームページ：<http://www.dajare-zukai.jp/> <http://www.learning-create.jp/>

▶座右の銘「夢はてっかく 根はふかく」（相田みつを）

うもの。以下のお題は「カキ」。

「このカキのサイズは画期的！」

「カキはカーキ色になると食べ頃です」

「おい、スターがカキを食べてるぞ！」

PK戦は質よりも量で勝負。限られた時間の中で1人1回はだじゃれを言うことがルールのため、全員が頭をフル回転させてだじゃれを捻り出し、ときにどよめき、そしてときに大爆笑が会議室に響き渡ります。

同社事業企画部長の安藤英紀さんは、PK戦導入のねらいを次のように語っています。「社内だと、日頃の上下関係や過剰な遠慮が邪魔をして、ある程度の枠の中でしか話がされない。そうした遠慮や思考の枠を取っ払いたかったのです」。1年間継続した結果、安藤さんはだじゃれPK戦に予想以上の効果を実感しています。「うちの会社は商品開発の会社。普段からそこかしこでアイデアが湧き出る職場環境が必要です。『相手の意見を否定しない』『とにかく量を出す』『意外性を楽しむ』『みんなで考えるワクワクドキドキ感がある』。創造性の発揮に必要なこうした要素を、だじゃれPK戦は短時間で体感させてくれます」。

- 全員が口を開きやすくなる
- 柔軟な発想を促す
- 何を言っても良い雰囲気が出来上がる

○メンバー間の垣根を取り払う

冒頭のわずか10分程度で、その後の会議の活性化につながるこうした効果を生み出してくれるのが“だじゃれPK戦”です。会議そのものとPK戦は時間を切り離して行えるため、だじゃれに引張られて会議が進まなくなるという心配もありません。

Point

だじゃれの3つの有効性

「笑い・ユーモアのある職場＝良い職場」という考えに異論を挟む方は少ないと思います。では、改めて「なぜ、だじゃれなのか?」。最後に、その点に触れておきたいと思います。

◇だじゃれの有効性①：だじゃれはスキル！

物語のなかで、「意外と簡単で今では誰じゃって楽しめる、ちょっとしたユーモアだと思ってます」と澤が語っている通り、彼自身、6回の連載で回を重ねるごとに、そのだじゃれ力に磨きをかけています。笑い・ユーモアという「センス」と捉えられがちですが、「だじゃれはスキル」です。この点については、拙著『爆笑する組織』で「5つの掛けことばの作り方」を詳しくご紹介していますので、ぜひ、ご笑覧ください。

◇だじゃれの有効性②：準備がいない！

こちらら物語のなかで、与田が「会話の流れのなかからつくて、

準備が不要だ」と話しています。何か余興や宴会芸ともなると事前準備・仕込みが必要となりますが、皆さんも言うつもりはなかったのに、普通に会話をしていたらだじゃれになってしまって、自然と笑いが起きたという経験はないでしょうか？ 母音・子音が少なく同音異義語の多い日本語は、世界的に見てもだじゃれに適した言語なのです。ゆとりのない多忙なビジネスシーンのなかで、即興でちょっとした笑いを生み出せるのもだじゃれの魅力の1つです。

◇だじゃれの有効性③：みんなで楽しめる！

一般的なお笑いネタや芸人話ともなると、世代間ギャップが生じたり、「知っている・知らない」と個人差が出やすいもの。しかし、だじゃれは「日本人に染み着いた言葉遊びのDNA」。「掛けことば」として、古くは万葉集の時代から親しまれてきた言葉の技法は、日本人なら誰でも分け隔てなく楽しめるものなのです。

以上、全6回にわたって、“緊張した組織”の人間関係を解きほぐすために、笑い・ユーモアを取り入れることの意義、そしてそのツールとして“だじゃれ”の効果的な活用法を提案してきました。ぜひ、「職場の触媒」としてだじゃれを有効に活用くだじゃれ！ということをお伝えして、本連載の結びとさせていただきます。