



「ローコンテキストを認識した対話」

「どさ？ゆさ…」以前に青森出身の同僚から聞いた方言の一つだ。その意味は「どこに行くの？」

「これからお風呂に行くんだ」とのあいさつのやり取りだそうだ。これは極端な例だが、ビジネスや経済活動におけるコミュニケーションはそうはいかない。伝えたい事が正しく伝わらなくては意味がない。コミュニケーションにおいて使用される言葉や表現を意味づける文脈、あるいは前後関係または背景のことを「コンテキスト」と言い、国や文化などにより違いがある。

このコンテキストには「ハイ」と「ロー」があると言われている。

・ハイコンテキスト

一を言って十を知る。阿吽の呼吸。伝える努力を少なくとも相手が意図を察するなど、受け手の能力が高い場合に成り立つ。

・ローコンテキスト

明確な言葉による説明。価値を伝える。話し手の努力や高い説明能力が求められる。

これは、企業と投資家とのコミュニケーションにおいても、留意しなければならない事柄ではないだろうか。企業の組織内における対話においては、多くを語らずとも類推して相手の伝えようとする事を理解することができていたが、日頃の接点が少ない外部の投資家との対話ではそうはいかない。文化や環境の違うグローバルな社会においては、極言するとコミュニケーションは通じないことを前提に説明しなければならない。海外は究極的な「ローコンテキスト」であると言える。よって、時には文化の違いもその背景を論理的にしっかりと説明し理解を得

られるよう努力することも大事だ。

日本国内、特にその企業組織内では、明確な指示や質疑応答を直接的に行わなくとも業務を遂行出来るが多かった。そして、自社を「うちの会社」と表現し、身内の関係性でコミュニケーションを成り立たせることができた。ある意味、「心地よく楽な」関係性がそこには存在した。一方、この関係性はグローバル社会が進展する中で、現代のリスクとなってきた。明確な説明による「ローコンテキスト」を意識したコミュニケーションが求められているのである。正確に伝えるためには論理性が非常に重要となり、結果的に伝えたい事が正しく伝わらなくては意味がなく、自社の価値は認められない。

企業における「心地よく楽な」関係性は投資家から見ればガバナンス面でのリスクと受け取られかねない。特に日本企業のガバナンス情報開示は、海外から不十分だとの指摘を聞く。しかし、そこには文化や価値観の違いによる説明が十分に伝えられていないことに起因しているとも推察され、なんでも海外に合わせればよいと言うものではないと考える。

企業は今までのコミュニケーションが投資家に本当に理解されていたのか、正しく評価される情報を伝達できていたのか、もう一度見直す時期が来ると捉えエンゲージメントに励んでもらいたい。対話やエンゲージメントは双方向の理解により企業価値の共創を目指すもので互いに成長する手段でもある。「ローコンテキスト」を認識し対話を行い精査と改善を繰り返すことによりエンゲージメントを深めることが出来るだろう。