



皆が自由に意見を出し合い、議論し、意思決定しよう

企業のリスク低減につながる



皆が自由に意見を出し合い、議論し、その結果を意思決定に反映する

リゾートを、今回は企業のリスク低減という観点から考えてみることにします。

これは、「皆が自由に意見を出し合い、議論し、その結果を意思決定に反映すること」と言い換えることができるでしょう。

「」のよつた議論がもたらすメモリツトを、今回は企業のリスク低減という観点から考えてみることにします。



2018年、大手洗剤メーカーのテレビコマーシャルで、製品リニューアルについて「シユーリジン（以下、D&I）を推進する上で、「組織でのさまざまな意思決定の場において、一人一人の多様な個性を互いに尊重し合い、認め合う」との重要性を述べられました。

これは、「皆が自由に意見を出し合い、議論し、その結果を意思決定に反映すること」と言い換えることができるでしょう。

2. 洗剤メーカーの事例

2018年、大手洗剤メーカーのテレビコマーシャルで、男性のにおいを「男脂臭」と表現したことが「男性は臭いと言われているかのようだ」と批判を受けました。



2019年、大手自動車メーカーがSNSの公式アカウントで「女性ドライバーの皆さまへ質問です。やっぱり、クルマの運転って、苦手ですか？」と尋ねたことが、「女性の運転技能が男性よりも劣るかのような発言だ」と批判を受けました。



受けました。



2017年、大手日用品メーカーのおむつのテレビコマーシャルで、女性がひとりで育児に奮闘する風景が描かれていたことが、「育児は女性だけがするものと決めつけられている気分になる」と批判を受けました。



まずは、企業事例を見てみましよう。

1. 日用品メーカーの事例

2018年、大手菓子メーカーのテレビコマーシャルで、製品リニューアルについて「シユーリジン（以下、D&I）を推進した」と表現をして、登場モデルを黄色人種から白色人種よ

り白色人種のほうが美しいとされているようで差別的だ」と批判を受けました。

3. 菓子メーカーの事例

2018年、大手菓子メーカーのテレビコマーシャルで、製品リニューアルについて「シユーリジン（以下、D&I）を推進した」と表現をして、登場モデルを黄色人種から白色人種よ



り白色人種のほうが美しいとされているようで差別的だ」と批判を受けました。

4. 自動車メーカーの事例

2019年、大手自動車メーカーがSNSの公式アカウントで「女性ドライバーの皆さまへ質問です。やっぱり、クルマの運転って、苦手ですか？」と尋ねたことが、「女性の運転技能が男性よりも劣るかのような発言だ」と批判を受けました。

5. 洗剤メーカーの事例

2019年、大手洗剤メーカーが働き方改革推進のために開設したプロジェクトに「Be WHITE」プロジェクトという名前を付けたことが、「ホワイトの表現が肌の色を連想させ、人種差別に当たる」として、批判を受けました。

これら的事例をみると、発信企業の意図に関わらず、受け取る側の価値観・考え方・立場によつては、表現方法により意図しない捉えられ方をする可能性があるということがわかります。このような事象は、企業イメージの低下につながるリスクです。

もし、こうしたCMの製作過程で、「この表現には女性差別の意識が感じられる」「アンコンシャス・バイアス（無意識の偏見）のある表現になつてているのではないか」「人種差別と捉えられかねない表現になつてている」といった意見が出され、決定に反映されていれば、批判の対象にはならなかつた、つまり、企業のリスクを低減できたかもしれません。

意思決定までの

自由に意見・考えを交換できる

- ・質問や相談が気楽にできる
 - ・意見を求められる
 - ・一方的に否定されない
 - ・発言を責められない



参考①炎上CMでよみとくエンダー（瀬地山角著、光文社新書）
参考②日本マーケティング学会 カンファレンス・プロシードィングス vol.18
(2019)

議論の中で意見がでてきたり
次のステップは、その意見を決
定に反映させることです。
最終的な意思決定を行う立場
にある人は、「この決定は、さ
まざまな意見・考えを反映した
結果か」どうかを常に意識して
おくことが重要ではないでしょ
うか。

② さまざま意見が意思決定に反映されること

「自由に意見・考えを交換できる組織・チーム作りをした上で、さまざまなお意見・考えを反映した決定をする」ことの重要性を理解いただけたでしょうか。一人一人がそれぞれの職場の中で、他者の意見・考えを積極的に聞き、頭ごなしに否定しないことを心掛けることで、クラボウのD&I推進は加速するはずです。

最後に