MCN経営漫談コラム 「続・三々な経営」シリーズ Z-35

三字熟語⑤真善美

企業経営漫談士 岡野実空

三字熟語の代表、「真善美」。それはプラトンが原形を作り、カントが仕上げた、人間の理想とする「認識」「倫理」「審美」上の西洋的な価値概念。社会が混迷を極めるいま、それを基本理念に掲げる経営者も多いことから、今回のコラムは、その3つを経営の視点から考え直すことにします。

その1：「真」

「真」とは？と問われ、哲学者でもない私にできる答は、その反対語である「偽」「仮」「贋」ではないもの、が精々。また経営においては、「理念」に該当。その核となる「使命」などが組織に浸透し、人々が日々それを果たすべく努め、実際社会に貢献していることで、「真」と判定されます。

しかし我が国の経営者の多くは、その考察や表明が苦手。それは大半の事業が、欧米にある原形の模倣と改善であるため。また多数の企業が国や自治体、大企業の下請けで、独自の道を切り拓くことを考える必要がなかったことにも起因します。そのため、どの「理念」も似たり寄ったりが実情です。

「真」の経営理念とは、その組織固有の「香り」がし、そこに所属する人々に共通する、思考や行動の習慣になっているものでなくてはなりません。

その2：「善」

上の論法に従えば、「善」とは「悪」でないもの。経営の「善」なる「目的」は、顧客や社員、および株主など、幅広い利害関係者への貢献。「手段」は、そのためのコミュニケーションと行動です。

しかしいま、「市場」という化物が至る所に君臨し、その「善悪」の判断の逆転を強いています。すなわち「目的」は短期の利益と、その偏った分配。また「手段」は、コミュニケーションをいかに省くか。そのためにロボットや人工知能を駆使し、各所で人間をその補助役に追いやっているのです。

「労働」に対する考え方は、民族や宗教によってまちまちですが、それをつうじて社会からさまざまなことを学び、成長することに違いはありません。技術の発達によって、既存の事業の効率化が必然である以上、「市場」の強要を退ける力をもつ新規事業によって、学習の機会を生み出し続けることこそ「善」。それは社会との「双方向」コミュニケーションの質量と、「仮説検証」をつうじて、それを形にしていく行動にかかっているのです。

☞ 「三々な経営」

0-3 企業経営の意義
0-4 企業はだれのものか
0-11 一流経営人の条件①平尾氏の遺言・MVP
2-10 経営理念の意義

その3：「美」

これまでの流れでいえば、「美」とは「醜」でないもの。経営でいえば、その「目的」「手段」「過程」における「美学」。しかし一部に「科学」やさまざまな「規範」が存在する「真」「善」に比べ、「美」は個人の「嗜好」の余地が大。個人や組織の「美意識」が、大いに反映されることになります。

また「真」「善」の「科学的アプローチ」で似通った展開になりがちな事業に、「違い」を生み出す根源こそ「美意識」。その発露は「ビジョン」や「コンセプト」で、その結実としてのモノやサービスへの顧客の「共感」が、その成否を判定してくれます。

さて『美しい経営』は、キヤノン元社長の故山路敬三氏による著作。それは大企業に成長するための、組織的な意識転換の原則を説いたもの。そこにかつての町工場の「美意識」はなく、その出版意図とは裏腹に、企業が規模を追求することの是非を考える格好の材料を提供してくれました。

最後に、上記「真善美」の展開における皆さんの役割を再確認します。それは組織の「理想」と社会の「現実」との矛盾解決に、ミドルマネジャーとして関与すること。とりわけ現場絡みの問題は、皆さんが当事者。そこで必要なのは、知識や技術の「事業力」ばかりでなく、周囲の人々の共感を呼び、一体となった行動をもたらす「人間力」です。

そのために、「明日死ぬかのように生きろ。永遠に生きるがごとく学べ」。（マハトマ・ガンジー）

2021年8月23日 実空

©NPO マネジメント共育ネットワーク