

カウントダウン①続・明日への遺言「形而上下学」のすゝめ

企業経営漫談士 岡野実空

謹賀新年！コラム第2走へのバトンパスまで、いよいよ残るは2回。とはいえ次回は「あとがき」なので、今回が実質的な最終回。そこでこれまでの一連のコラムや活動を振り返りつつ、今後皆さんミドルが中心となり、個人的かつ組織的に学習、強化すべき3つの領域を確認します。

その1: 形而「上」学

「形而上」とは、「形」として認識できない抽象的、観念的なもの。そのうち私たちが使う小難しい「概念」の多くは、幕末から明治にかけ大量に流れ込んだ西洋由来のもの。それらは、既存の「漢語」の転用や、漢字を組み合わせた「和製漢語」を作り翻訳した、我が先人たちの工夫や努力の賜物です。

一連のコラムの途中、『四字熟語』の脇道に入ったのは、その追体験のためでした。「やまとことば」にない経営絡みの「概念」を、安直な「カタカナ語」ではなく、せめて「私製漢語」で遣いたいというその試みは、単なる悪あがきに終わりましたが、

いずれにせよ、経営理念や使命など「形而上」への「思い」を、自分の言葉で正直に語り合い、その「分かち合い」に基づいて、一人ひとりが「考え」、「自ずから行う」ことは、組織がいまの停滞から脱するための第一歩(必要条件)といえます。

その2: 形而「下」学

「形而下」とは、上記の「概念」を具体的な「形」にしたもの。欧米に手本があった時代、先人たちは「和魂洋才」と称し、実際にそこからさまざまな知識をとり入れ、数多のモノやサービスに転換してきました。また敗戦によって「和魂」は薄れたものの、科学的な「マネジメント」手法の導入で効率化が進み、奇跡の高度経済成長が実現したのです。

途中寄り道して『広告コピー』を取り上げたのは、その上り坂から下り坂に至る時代に生まれた商品の記録としてですが、同時に良いモノやサービスが、優れた「コンセプト」の「形而下」にあることを理解していただくための事例集でもありました。

いま正念場を迎えているのは、上記のプロセス。その再生や活性化をつじ、我が国ならではの価値を含む商品を生み出すだけでなく、それを持続できるようにすることが、先の必要条件に次ぐ十分条件となります。

☞参照 『三々な経営』『続・三々な経営』

0-29~31 明日への遺言1~3

Z-41~50 「具体⇄抽象」PJ報告①~⑩

☞参照『四字熟語』で考える経営戦略

Y-01~12 「はじめに」~「おわりに」

YF-1~12 付録「経営資源」

☞参照『広告コピー』で考えるマネジメント

C-01~25 「はじめに」~「おわりに」

その3: 形而「上下」学

さて以上から浮き彫りになるのは、ミドルが主役となる必要十分条件。組織の中心に位置し、その中で飛び交う情報を的確に分析、加工して提供することなしに、組織目標の達成はありません。

その問題意識に基づき、クライアントの皆様のご協力を得て実現した、昨年の「具体⇄抽象」プロジェクト。おかげさまでここでは、上記に必要な要素とその相関が明らかになったばかりでなく、その強化に必要な訓練プログラムを種々整備することができました。またその基盤が強化されたことで、「企画」や「問題解決」など、従来MCNメンバーが保有していたプログラムの有効性をより一層高めることもでき、深く感謝しています。

私たちが今後さらに期待しているのは、形而「上下」の延長線にある「左右」への展開。それは各社の共通課題である、「オープン・イノベーション」への道を切り拓くもの。またNPO発足時から主催している「経営寺子屋」は、それをテーマとした展開をすでに開始しています。乞う、ご期待！

最後に私たちNPOの正式名称は、「マネジメント共育ネットワーク」。その「使命」は、「共育をつうじてふつうの人をイノベーターにし、ふつうの組織にイノベーションを興す触媒となる」。その「触媒」が、形而「上下」学から形而「左右」学へと、皆さんと共にさらに進歩していくことを強く願っています。

2023年1月2日 実空