

経営人が学ぶ ABC

企業経営漫談士 岡野実空

このコラムは、平成最後の年明けにあたり、知識社会に生きる経営人が学ぶべき ABC(アカデミズム、ビジネス、カスタマー)を取り上げ、それぞれのポイントを整理したものです。昭和の後半に始まった政治、経済、社会、技術の変動や進歩は、その後収まるどころか、ますます加速し、入手した情報や知識を、あっという間に陳腐化し続けています。私たちが生き残る道はただ一つ、「学び直し」を続けるのみ。皆さん、今後どんな時代になろうと、よく働き、よく学び、よく遊びましょう！

A: アカデミズム(学問)

経営人が学ぶべき学問といえば、まずは「リベラルアーツ」。過去の経験が通用せず、課題から自分で考えざるをえない時代となると、その基盤として人文科学、社会科学、自然科学の「一般教養」が必須になります。しかしそれに気づいても、積極的に学ぼうとする企業人はごく稀。それはその修得に時間がかかる上、すぐには役立たないからです。

そこで思い起こさねばならないのは、平成天皇が皇太子時代の教育責任者だった小泉信三先生の有名な言葉、「直ぐ役に立つ本は直ぐに役に立たなくなる本である」。それはすでに始まっていた即応的な知識習得に偏る風潮への警鐘でしたが、その後多くの人たちにヒトやモノに敷衍して引用され、何事においても基礎修得の重要性を強調した言葉として、いまに語り継がれています。

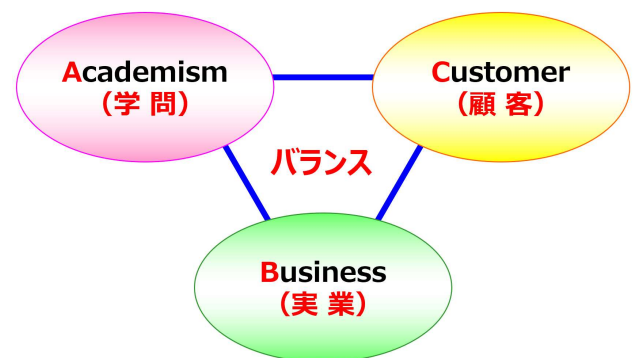
B: ビジネス(実業)

長寿化に伴う長い労働期間を乗り切るためには、もちろん実業における「専門性」が必須。しかし変化の激しい時代は、その陳腐化も速く、つねにその学び直しも必要です。いまや、一般教養ともども学習し続ける人だけが生き残る時代になったのです。

それでは、その上さらに「経営学」を学ぶ意味は何か？ 企業人を経て経営教育に長年携わってきた身として、それに対する私の答えは、実業の成功より、つまらない失敗を避けるため。「経営学」はさまざまな分野の総合学ですが、学問である以上、追究しているのは「再現性」。多くの人が先例を学べば、同じことで成功する可能性は下がりますが、バカバカしい失敗をしないで済む確率は高まります。

さらにいま「経営学」を学ぶ必要性が高まっている大きな理由は、「協業」の拡大。使う言葉の「定義」や思考の「枠組」がばらばらで、知識社会で外部の人間と同じ目標に向かって働くことはできません。実は MBA(経営学修士)の学習意義はそこにあり、資格の有無の問題ではないのです。

KM0-23 経営人が学ぶ“ABC”



C: カスタマー(顧客)

しかし「知識社会」において、経営人が最も学び、考えなければならぬのは、社会における「顧客」のこと。生活や事業におけるその「言動」をつねに観察して、その根底にある「意識」(無意識を含む)を洞察し、それを「構造」的に分析できるか否かが、所属する組織の今後を決めるのです。

という必ず、消費財以外の事業に携わる多くの人たちは「B to B」の特殊性を主張します。しかしそれは単なる言い訳。すべての事業が最終的に人々の生活や活動に行き着く以上、そこでの変化は、大小の差こそあれ、自分が関わるモノやサービスにも影響を与えるのです。生産起点の視点しか持たず、その全体を「サプライチェーン」、末端を「エンドユーザー」と呼ぶ限り、社会の先端に存在する「情報」への感知能力を高めることはできません。また「ワーク・ライフ・バランス」の意義も、まったく理解できないのです。

以上の“ABC”で重要なのは、優先順位ではなく、そのバランス。しかしながらいま、B 偏重は世界中に蔓延し、諸悪の根源になっています。もっともその権力が政治のトップにならないだけ、我が国はまだマシかもしれません。そんなことはさておき、皆さんの会社では、ミドルの先導で、ABC 学習のバランスがとれた企業への道を邁進しましょう！

2019年7月14日(初出2019年1月7日) 実空