



「ゆたかになったら、その後、どうしますか。」

企業経営漫談士 岡野実空

Yonda?で知られる谷山雅計氏による、日本興業銀行(以下、興銀)の広告コピー(1991)です。その後の合併を経て、現在は「みずほ銀行」となりましたが、その「産業金融の雄」の活躍ぶりは、かつて高杉良の小説の題材にもなりました。今回は、その後の紆余曲折も含め、このコピーの意味するものを考えます。

視点1: 背景と真意

植民地の富をめぐって争いを繰り返す欧州各国を横目に、安定した循環型社会を2世紀半も持続した江戸時代。そしてついにその嵐に巻き込まれ、自ら変革に動いた動乱の幕末から明治にかけて。

その目標「富国強兵」は80年後に頓挫したものの、「強兵」を「強経」に切り替え、120年後のバブル経済で、「脱亜入欧」は頂点に到達しました。その20年前に世界2位となっていたGDPが、円高ドル安で国民一人当たり世界一となったのです。

その経済的な「豊かさ」の頂点で、さて今後「どうするか?」の顧客への問いかけが、今回のコピーとなりました。しかしそれは本来、自らに向け発せられるべき問いだったようです。

視点2: 教訓と学習

当時、興銀の株式時価総額は、なんとNTTに次ぐ世界第2位。しかしその長期信用銀行という事業モデルの「前提」は、企業や民の大半が「貧しい」ことでした。1970年代後半、その大きな変化を踏まえ、さまざまな面に対極にある米国を見習い過ぎないようにと、私たちに忠告していたのは、賢人ドラッカー。また国内では、1980年代半ばに「知足」を訴えた、旧東海銀行(現三菱UFJ銀行)の若手役員、水谷研治氏でした。しかし彼らの稀有な忠告を無視し、私たちは個人も企業も、「もっと豊かになる」ことを選択してしまったのです。

さて賢人たちの能力のポイントは、データに基づいて社会や産業の「構造」を「分析」し、その組織や個人の「行動」の「観察」と併せ、対象の「意識」を深く「洞察」できること。とりわけ、「無意識」という心の奥底を推察する能力の高さです。

◆教訓

「対象を洞察する視点」
構造(分析) < 意識(洞察) > 行動(観察)

◆参考コラム

「三々な経営」
1-11「ビジネスモデル」とは

一方、企業ミドルは、その見識に耳を傾けつつ、その変化に対応する「事業モデル」と、そこに至る「筋道」を組織的に練り、新たな選択肢としてトップに提言しなければなりません。因みに興銀の場合、それに個人で対応できる人材の多くが外部に流出し、新天地でその答えを見せてくれました。

またその回答は、外部からも寄せられました。その秀逸な例が、「これからのニッポンは?」の悩みには、「むかしむかしのニッポン」がお答えします。(1993)「そうだ 京都、行こう。」(JR東海、太田恵美)。

視点3: 異論その他

広告で発信したコピーは、「言霊」となり、そのまま広告主に返ってくる場合があります。バブルのピークで興銀が問いかけたこのコピーに、自分自身はどんな回答を用意していたのでしょうか?それは結局、さらなる豊かさだったようです。

それにしても、昭和を支えてきた秀才揃いの銀行が、「土地」を担保にして、料亭の女将に、なんと2,200億円も融資するとは、、、その後のバブル崩壊で、興銀が自滅したことはご存知の通りです。

もしも「ヒトの頭脳に融資するベンチャーキャピタルとなる」が、彼らの回答であったなら、日本興業銀行は、その名の通り、日本に数多くのユニコーン企業を誕生させたはずです。(一力廉)

興銀の歴史は、さまざまな「教訓」の宝庫。ユニークなものが抽出できたら、ぜひご一報ください。

2020年8月10日 実空