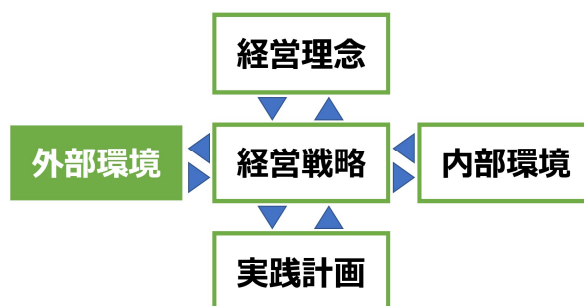


「外部環境」を考える・その2

企業経営漫談士 岡野実空

外部の経営環境を見る目のマクロ代表が“PEST”なら、ミクロのそれは“3C”。独占にあぐらをかき、お客を忘れる役所的な組織はともかく、まともな業界にいるミドルにとっては、あまりにも日常的な視点です。しかしだからこそ、そこに潜む落とし穴に注意しなければなりません。

ということで、「外部環境」の後半は、“3C”の「自社」を除く2つの“C”(Customer, Competitor)を取り上げ、その考察の要諦と共に盲点を確認します。



其の3: 『今後上下』

いつでもどこでもの「古今東西」を今風に言い直せば、『今日南北』から『今後上下』へ。ベルリンの壁が崩壊し、インターネットやロジスティクスの発達で加速したグローバル化はいま踊場ですが、経済や文化に関して、もはや全面的な後戻りができないことは、前回も指摘した通りです。そんな中、縮小する国内市場をにらみ、我が国の多くの経営者が唱える「グローバル化」は、一部の総合商社などを除き、欧米＋東南アジアの地域限定が実態。また実際、世界中を見渡しても、真のグローバル企業は、両手で数えられるほどしかありません。

さてこの議論の盲点は、“Customer”をそのまま直訳して「顧客」と考えがちなこと。そのため「顧みる」即ち過去から取引のある「お客」に思考が限定され、潜在客や競合のお客が見落とされてしまうのです。従ってここでは、多様なお客が存在する「市場」として幅広くとらえねばなりません。

またいま、そこには GAFA などの巨大な蛭(ヒル)が無数に潜伏。自分たちが生息する仮想市場を「プラットフォーム」と呼び、そこを通過した世界中の人間から膨大な情報を無料で吸い上げ、それを知識化して莫大な利益を上げています。しかもその実態に追いつかない各国税制のすき間を突き、常軌を逸する節税(脱税?)に走り、私たちを情報奴隷にして巨大な帝国を築き上げています。

正しく働き、正しく納税し、その再分配によって社会的弱者を救済する正しい社会を維持できるか否か、いま私たちは重大な岐路に立っています。

其の4: 『不益流行』

松尾芭蕉の俳諧理念として知られる「不易流行」。「不易」不変と、「流行」変化は、一見すると反対の方向に見えながら、実は「風雅」の追求において不二であるという奥深い四字熟語です。

ここでとりあげる『不益流行』は、それとは対照的に、無思想の経営の広がり意味着残念な言葉です。すなわちいま、不振企業の多くは、自らの存在意義を忘れ、他社の動向ばかりを意識し、何から何まで「右へ倣え」。挙句の果てに、差別化の最終手段である「価格」をいきなり前面に出し、自らの思考停止を世に曝け出しています。さらにその結果としての「薄利」の悪影響を内外に振り撒き、関係者の顰蹙を買っているのです。

またそれとは真反対に、社会から莫大な「利益」を吸い上げながら、税として世に還元しない強欲な鬼畜の増殖については既述のとおりです。

仏教語である「利益」は元々(りやく)と読み、神仏への善なる行為によって世の「タメ(利・益)になる」こと。またその「悟り」「救い」に至る「自利」「利他」は、事業に関しては順序が逆で、「利他」によって「自利」を得るのが正道です。ここでは、ヤマト運輸の故・小倉昌男氏の至言、「サービスが先、利益は後」が思い起こされます。合掌!!

以上のように、現代の(りえき)は取り合うものですが、本来の(りやく)は与え合うもの。その意味で、「利益」を(りやく)と読む習慣の「流行」は、「厭離穢土、欣求浄土」への第一歩です。

2020年2月10日 実空