

「三〇」熟語③三愛

企業経営漫談士 岡野実空

キヤノンの「三自」に続いて取り上げるのは、その精密機器のライバル・リコー三愛グループの「三愛」精神。それはグループ創業以来の「人を愛し、国を愛し、勤めを愛す」という経営理念です。ここではまず、それが生まれた時代背景や真意を確認した後、その提唱者であった故市村清、およびその遺志を受け継いだ経営者たちのマネジメントを振り返ります。

その1: 由来

渋沢栄一ゆかりの「理研」(理化学研究所)コンツェルン。その財閥解体後の再編で生まれた、「リコー三愛グループ」。戦後の混乱の中、それは食品や衣料品などの生活必需品や、「青焼き」感光紙(?)の販売という、商業からの再出発でした。

その後、「三愛」は石油や女性水着の販売、および商業施設の運営で、また「リコー」はカメラや時計など精密機器やコピー機などの事務機で共に発展し、ユニークな企業集団として世の中の注目を集めてきました。

そんな経緯から、いま「三愛」「リコー」で何をイメージするか？両者が結びつくか？を聞けば、その人の世代や関心事がおよそ推定できます。しかし近年の厳しい経営環境は、そのままの「多角化」の継続を許さず、「三愛」側の事業売却によって「選択と集中」が進みました。そのため現在は、かなり「リコー」色の強いグループになっています。

その2: 意味

さて「三愛」とは、そのグループを立ち上げた経営の神様、故市村清の創業の精神。それは幕末から明治初期の混乱に対峙した西郷隆盛の信条、「敬天愛人」を昭和の戦後に置き換え、「愛」の対象を周囲の「人」から「万物」へと広げた信念でした。

いまその背景を知らずに標語だけを見ると、やや時代があった印象を受けますが、「三愛会」のホームページに掲載されている、氏の揮毫や自ら綴った解説文に触れれば、その思想の時空を超えた広がりや奥深さを感じ取ることができます。

またその後、「科学」や「システム」を優先し過ぎたことを多くの人が反省する中で、その信念は輝きを保ってきました。ましてコロナ禍のいま、個人や組織のエゴがむき出しになる姿を見るにつけ、その精神はさらに多数の人たちの共感を得て、ますます輝きを増しています。

「広告コピー」で考えるマネジメント

C-03「賛成1、反対9。どちらも間違いじゃない。」
C-12「失敗より、諦めの方が、ほんとは怖い」

「三々な経営」

0-4 企業はだれのものか

その3: 備考

この言葉の中で、私が気に入っているのは「勤めを愛す」。それは自らの「任務」をつづけて「社会」に貢献するという。もしそれが「会社」なら、即お断り。それは一人では無理なことを、集団で実現する「仕組み」の一つに過ぎないからです。因みに「愛社」を叫ぶ輩にロクな人間はおらず、そのほとんどが上意を押し付けるための方便に過ぎないことは、別のコラムで指摘したとおりです。またそれは「愛国」も同様で、説明責任を果たせないリーダーが、我意を押し付ける常套句なのです。

しかし最近のリコーの不祥事や停滞を見ると、経営の神様が引退に際し、大いに危惧していた、「三愛」の負の部分を感じます。経営はときに社会の変化に伴う「変革」を求めますが、「三愛」は個人や組織がそれに抵抗する強力な武器になりかねないからです。近年グループに頻発した由々しき事態は、その恐れが現実となった証といえます。

1900年の出生以来、幾多の苦難を乗り越えて来た経営の神様ゆえの予知能力。その後継者たちとの明らかな違いは、まず「守成の難しさ」の認識。また「右肩上がりの経済」という前提が崩れた社会における、難易度の高い経営の経験です。

前回の「三自」に続き、いま皆さんが主導して各組織で「三愛」が議論されねばなりません。この二つは競合ではなく、「表裏一体」なのですから。

2021年5月31日 実空