

●●衣食足りて…

かつて、「衣食足りて礼節を知る」と学びました。経済的に豊かになれば、自ずと、精神が豊かになり、礼節を重んじるようになる、という意味だと理解していました。しかし、現実の社会は全く逆です。谷沢永一氏は、「生活水準が高まると、道徳的規制力が高まるという具合にはならない。道徳的規制力は、物質的貧困の代償処置である。社会が豊かになれば、当然のこと道徳は低下する。つまり、社会生活が向上し、余裕が出れば、人間は生意気になり、怠け者になる」と述べている。栄枯盛衰の歴史に照らせばこの指摘は極めて意味深長です。

今は、「衣食足りて礼節を知らず」の世の中になっている。端的に言えば、際限なき欲心によって、社会の秩序が破壊されていく。「衣食足りて礼節を知る」とは、人間は豊かになれば、「慢心、おごり」になり、他尊心を失う。だから、豊かになるほどに礼節を尽くすように、という戒めの言葉に違いない。

●●企業の役割を考え直すとき

企業は間違いなく、経済的な豊かさに貢献した。しかし、その結果として、負の産物とも言うべき精神の荒廃、社会の乱れを招いているのも、一面の事実である。では、企業はどうすればいいのか。今まで、絶対的に正しいと考えてやってきた企業経営が、社会にとってマイナスに転化している。もう経営をやめて、昔の貧乏な時代に逆戻りをすればいいのか。これ以上、企業が経済一本槍で突き進むことは許されないから一旦休止すべきなのか。あるいは、依然として、経済中心に進み、精神的なことは、宗教家、教育家、文化人等に任せればいいのか、もしそうだとしたら、企業は反社会的な存在となり、「社会の公器」ではなく、「社会の凶器」になってしまう。

人間は豊かな生活を目指して努力してきた。だから、経済的な豊かさを失うことは、進歩ではない。しかし、企業としても、精神的に荒廃している社会の現実を直視

し、その原因となるものの排除に貢献し、物心両面の豊かな社会の実現に、率先して貢献しなければならない。

従来、経営の領域では、殆ど、経済・数値のみの価値観によって運営されてきた。これからは、経営の領域に、「精神・心」を入れなければならない。

かつて、企業のメセナ活動が流行したのが、このような一時的な利益還元的な活動ではなく、日々の経営そのものに、もっと精神・心を大切にすることが望ましい。そのためには、何とんでも、まず自社の人間が、職業人としても、社会人としても立派で、仕事や社会に誇りを持つことが不可欠です。

そして、心を込めて物を作り、心を添えてお渡しするという、やさしさや温かさをもって、仕事をする事です。およそ、すべての企業は、「商品・サービス」をもって、社会に貢献をしている。その商品・サービスを、「売らんかな」「売ればいい」というところに、経営精神の貧弱さが現れる。一人の人間は、ある時には、生産者(供給者)であり、ある時には消費者という両面を持っている。すべての人間は、仕事を通じて、お互いに支え、生かし合っている。従って、仕事に喜びを感じ、仕事を通じて人々に貢献し、「生かし、生かされている」という現実を実感するときに、物心両面の豊かさが実現するのではないのでしょうか。

●●社員の心を大切に

企業が社会に貢献するためには、やはり社員を大切にする経営が、絶対に必要です。社員を疎外して、果たして、社会に対して喜びのある仕事ができるかどうか。自社の社員は、もっとも「身近な社会の一員」なのです。社員を大切にすることは、経済的な報酬のみではありません。時によっては、例え、経済的報酬が満たされなくても、夢や希望を語り合い、生きがいに満ちた仕事はできるものです。否、むしろ、そういうところにこそ、本当に人間的な、働く喜びがあるはずです。



テクノ経営総合研究所 TECコンサルタント

上田 勝 うえだ まさる

松下電器出身、営業本部および本社経営監査部等を経て、松下流通研究所、販売研究所 取締役所長を歴任

NPO兵庫経営塾 副理事長

著書『すべての仕事に商いの心を』(碧天舎)「マーケティング理論の基本は商家の家訓の中にある」「部下の心をつかむ正しいリーダーシップのあり方」(『ダイヤモンド・セールスマネジャー』に連載)