

●●プレイとルール

スポーツには、必ず「ルール」があります。「ルール」があるから、安心して、正々堂々と「プレイ」が出来るし、見る人も楽しめるのです。

しかし、選手は、プレイ中に「ルールを守る」という意識は殆どありません。そんな意識がなくても、自然とルールに従ってプレイをしているのです。(勿論、ルールを知っていることは常識です)

つまり、ルールを守るためにプレイをしているわけではありません。

一般社会も全く同じことです。六法全書を見たことのない人でも、一生涯を通じて、法に抵触することなく、健全な生活をしているのです。「法律知識の有無」と「倫理的行為」とは関係がありません。

法律を守るために生活をしているわけではありません。しかし、法律を守らなければ、お互いに秩序ある、健全な社会生活を営むことができません。「法律を守る」というのは、社会人としての常識です。

企業も「企業市民」として全く同じ道理です。法律を守るために経営活動(プレイ)をしているわけではありません。法令順守は、経営活動(プレイ)でも何でもありません。

ルールを守らない企業は、市場でプレイする資格はありません。即、退場するしかありません。

●●コンプライアンス経営

不祥事を契機として、法令順守経営が盛んに論じられています。特に、「コンプライアンス経営」と横文字で言えば、進んだ経営をしているような錯覚に陥っていないでしょうか。

ある弁護士は、「法令順守のマニュアルを作り、法律の勉強をすべし」と言われる。業務に関する法律に無知であれば、これを勉強するのは業務知識として当然のことです。(ルールの勉強と同じことです)

しかし、マニュアルが必要かどうか、理解に苦しむところです。(ルールを守るマニュアル?)

経営者が、「法律を守れ」と社内に威令を発すれば

いいことであり、それが守られないということは、法令順守の「方法論」ではなく、「経営風土に真の問題がある」と考えるべきです。

「御公儀よりの法度堅く相守り、御町内に対して無礼なき様、心得申すべき事」

「御公儀様御法度之儀は申すに及ばず堅く相守り、当店の家風きつと相慎可申事」

これは近江商人の家訓です。すでに江戸時代の商人が、自ら法令順守を家訓として定め、また、自社の社風を守るべきと定めて、これを徹底しているのです。

日本には、近江商人の「三方よし」に代表される素晴らしい商道徳があります。今更、「コンプライアンス」と声高く論議するよりも、まさに「温故知新」することが大切ではないでしょうか。

●●「経営の心」を根幹に

近江商人の商道徳の根幹には、「何のために商売をするのか」という使命観が脈々と流れております。

法令順守は「技術論、組織論⇒型」ではなく、「企業の存在意義⇨何のために企業があるのか⇨使命観、経営の心」からアプローチすることが肝要だと思います。

「企業は社会の公器」である。「企業は社会に貢献するために存在する」という使命観が組織に浸透し、好ましい経営風土が息づいているならば、不正を働くという悪心は、微塵も生まれません。

ある大学教授は、「企業も人の集まりだから悪いことをするのは当たり前」と言われる。しかし、企業に集う人々は、「群衆」ではありません。使命や目的を共有する有志の集まりです。

このような「企業性悪説」的な主張は、非常に残念であり、悔しさと同時に、寂しさを覚えます。

「法律の順守⇨やっではない⇨他律的倫理観、消極的倫理観」よりも、企業が存在する原点に立って、「何を為すべきか⇨自律的倫理観、積極的倫理観」を徹底的に教育啓蒙し、生き生きとした経営風土を創る努力をすることが大切だと思います。



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)