

随想

仕事と夢

存在意義や目的をいかに求めるか

加藤 宏光

四月二十三日付の朝日新聞朝刊二面《ひと》の欄に、極薄の「魔法のフライパン」で世界デビューする鑄造会社社長が紹介されていた。

三重県にあるこの会社ではブル崩壊後、メーカーから下請け切りにあった。それに際して『三分の一の価格競争で戦うか、三倍困難な技術で戦うか』という新聞記事に触発されて極薄鑄物フライパンの開発に取り掛かったという。

苦節九年、鉄や炭素の配合ミスという偶然で「一・五ミリの製品が生まれた。開発に成功する機会が配合ミス、という偶然であることは、ある意味成功の象徴を表している気がする。その社長は次のように結ぶ。

『円高に耐えるためには三倍の強みが必要だという。二倍では追いつかれてしまうから……。その原動力は好きという気持ちだ』

《会社の寿命三〇年》と説かれたのはしばらく前のことなる。「もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら」(岩崎夏海著、ダイヤモンド社刊)で有名になった経済学者(経営学者もしくは社会学者といった方がいいかもしれない)ピーター・ドラッカーも、日本の会社組織は、封建時代の藩組織を引き継いでいるから、家族的に永続する例外として扱っていた(もともと彼はその日本がバブル崩壊

後、瞬く間にその構造を変え、米国化していったことから、日本は世界の例外、という彼自身の判断が誤りであったと認めているのだが……)。

現在の国際競争時代におけるわが国は、東日本大震災や原発事故、タイの洪水や超の付く円高で優位性を失っている(三月の貿易は八二六億円の赤字で二〇一一年度の通年赤字額は四兆四、一〇一億円。これは一九七九年、第二次石油危機の三兆一、二七八億円を上回る)。

同じ日の同新聞、五面《波聞風問》の欄に「HOW TO」病の日本」と題してソニーの新社長、平井一夫氏の経営方針が紹介されている。この欄のコラムニストである安井孝之氏は次

のように論述されている。

『現状を分析し、取り組むべき方針を具体的に示している、このソニー社長のスピーチから、ワクワク感を持たなかった』

安井氏はこれを《手段の目的化》のためではないか!としている。

本来は求めるべきである、《存在意義や目的》を忘れていかに生き残るかに特化している、と考えているのは自分だけではない、と論じているのである。

そして、アップルの創業者、故スティーブ・ジョブズ氏の目標は『リベラルアーツ(教養)と結び付いたテクノロジであり、人間愛と結び付いたテクノロジである』であり、その中に「HOW TO」のイメージはない、

と結んでいる。

国際競争が直接影響するものではないが、この一〇年あまりのわが業界では、規模の拡大を追求競争が激化している。繰り広げられる大型量販店のシェア争いはこれまでの特売日設定から E D L D (Every Day Low Price = 毎日特価) へとソフトし、これに協力を強いられる納入業者が疲弊している。

それでも、これにいかにも耐えるかということが今後の生き残りへの唯一無二の道だといった風情がある。

先の例では技術を磨いた製品の特殊化で他の追従を許さない製品の開発が可能であった。その道を選ばず、コスト競争に堪

えきれなかったその他の生産者たちは、業界から消え去るしか道はなかった、と思われる(先の铸件製造会社では、九年の開発期間を生き抜く体力があったことも勝因の一つであったろう)。

わが養鶏業界でそれに匹敵するだけの特殊性を打ち出すことは、容易ではない。

二〇年以上前に国際競争の波にのまれたブローラー業界では、市場の半分近くを輸入品に与え、味と鮮度という特殊性を死守して日本製であるからこそその味で生き残っている。

生き残り競争で勝ち残れなかった組織は吸収合併や閉業という厳しい選択をせねばならなかった。生き残った生産者もそれぞ

れが特殊性をうたいつつ、さらなる競争に堪え続けている。

卵市場ではこれまで、国産品で国内市場を守ってきた。殻付き卵の特性が守ってくれたともいえよう。しかし、東日本大震災以来、加工向けの用途にはこれまで難しいとされた粉卵を使いこなすノウハウが蓄積応用された。

また、昨年三月来の供給不足に対応するための加工業界の変化が需給バランスを変えたという。《必要は発明の母》を地でいったことになる。

あらゆる業界・業態で激しさを増す生き残りの模索に業界が疲れ、そこに働く人々の夢を奪っている。

ソニーやパナソニックのよう

な大会社だけでなく、わが業界のように未成熟な産業であっても、同じ波は均等に押し寄せてきているようである。そして、この厳しい国際競争に勝ち残ろうと大企業の多くは国外進出を加速させるため、インドネシア、タイあるいはベトナムやミャンマー等の国々において、若者のうち高等な知識を持ち、日本企業で働きたいという希望を持つ人々を積極的に採用している。

内需を前提とする養鶏産業で、この時代を乗り越え、働く人々に夢を与えるために経営者は何を求めなければならないのだろうか。考えさせられる記事であった。