

高橋直樹著「主張 - 世の中に貢献する企業が生き残る - 」

月刊需要創造 2010年11月号日本ホームセンター研究所 2010年11月10日刊を読む

主張 - 世の中に貢献する企業が生き残る -

1. 自然の法則に従う経営

(1) ディスカウントストアの「ルミエール」を展開する三角商事(株)の三角勝信社長は、“人間も会社も、自然の法則に従って世の中の役に立っていれば生き残れると考えています”と言う。

(2) これは、故・会田玲二顧問が他界する直前に書き遺した「自分の運命の認識すべし」という主張と一致する。

(3) すなわち、「人間や会社にはそれぞれの「運命」「使命」「天命」「役割」が与えられている。自分に与えられている運命を認識して、そのことに邁進すれば、生きる道は開ける」という考え方だ。

(4) 三角社長は、病気に苦しんでいた十数年前に、「自然の法則では、他の役に立っている者は生きているし、役に立っていないものは滅びている」ことを発見した。

(5) そして、2000年に社長に就任した時に、「もっと自然の法則に任せて経営してみよう」「従業員を初めとする周囲の人間が喜ぶように経営していこう」と考えた。

(6) 当時の三角社長は、売上高 300 億円を目前にして、それまでのトップダウンー辺倒のマネジメントでは全体を運営していくのが難しい状態になっていた。

(7) そして、それまでのピラミッド型の組織から、店舗や現場が自分たちで判断して活動していく「ネットワーク型の組織」に切り替えていった。

2. 拡大主義だから辛くなる

(1) 価格競争の真只中で、売上高獲得のために歯を食い縛って毎日を生きている小売企業の役員や社員が、「自然の法則」に任せて「人を喜ばせること」に徹するのは難しいのではないだろうか？という筆者の問いに、三角社長はこう答えた。

(2) “ 企業を成長させなくてはいけない、規模を拡大しなくてはいけないと考えている企業には難しいと思います。しかし、企業は世の中に貢献するために存在しているのです。「どうやって貢献していけば良いのか？」を追求していけば良いのであって、そう考えるのは決して難しいことではないと思います”。

(3) 三角社長は、「企業の目的は会社を拡大することではない」という考え方を、20 年前に故・会田顧問から教わったと回想する。ただ、その意味を本当に理解するようになったのは、やはり自分が病気をしてからだったと述懐する。

(4) 今日現在の三角商事は、会田顧問が提唱していた「人間主義経営」を実践している企業だ。何よりも従業員を大切に、従業員の幸福のために、日々の経営に取り組んでいる。

3. 取引先も人間として尊重

(1) ところで、「人間主義経営」の「人間」とは、第一に従業員のことである。しかし、同時に顧客のことであるし、同時に取引先のことでもある。

(2) 三角商事は、創業当時に取引先を開拓するのに苦労した経験もあって、「取引先があるから商売ができる」「取り引きしてくれるだけでありがたい」という考え方を根底に持っている。創業直後から取引先のための感謝会を開いたり、業績が安定してくると月末の支払いを 1 日前に入金したりしてきた。ほかの小売企業のように請求金額の端数を勝手に切り捨てて入金することもなければ、請求が多い月の支払いを翌月に繰り越すこともなかった。

(3) 従業員を最大限に大切にしている企業の中には、実は、同様に取引先も大事にしている企業が少なくない。同じく九州の企業で言えば、(株)ハンズマン然り、(株)マキオ(AZ)然りである。

(4) 米国のスーパーマーケット(SM)のパブリックスも、従業員を最優先に経営しながら、同時に取引先を大切にしている。バイヤーは、「取引先には自分の家のゲストのように接しなさい」と教えられるという。

(5) 「では従業員と取引先ではどちらがより大切なのか？」という議論は、ほとんど意味がないと思う。ここで重要なのは、「人間を人間として尊重する」という考え方だ。だから従業員も大事だし、取引先も大事だし、顧客も大事なのである。

(6) ただ、従来は「お客様のために」という題目のもとに、従業員に過度の負担や犠牲を押し付ける企業が大半だった。その意味では、「従業員がいちばん大事」という表見によって、「人間主義経営」の思想を代表することができると思う。

4. 上場企業のハンズマンも

- (1) ここまで述べてきたことは、「株主利益を最大限に追求する」という従来の会社経営の考え方に対する反対意見であり、問題提起である。
- (2) 「従業員がいちばん大事」という考え方は、「大手企業や上場企業には受け入れがたいもの」
- (3) しかし、従業員第一主義を貫いている(株)ハンズマンは、JASDAQ 上場企業である。同社は、アナリストに対してでさえ、「従業員がいちばん大事」と公言している。
と捉えられている感がある。「株式を上場していれば株価対策を優先するのが当然だ」という風潮である。
- (4) また、米国のパブリックスは、売上高 243 億ドル(1 ドル 100 円の簡易換算で 2.43 兆円)、店舗数 1,029 店舗の大チェーンだ。それでも、「従業員の満足を最優先する」「従業員を人として処遇することを目指している」と公言している。
- (5) 「我が社はこういう状況だから不可能だ」と言っていては始まらない。すべては「どう考えるか？」次第である。

P1

[コメント]

人間を大切に作る人間主義経営を唱える日本ホームセンター研究所の高橋直樹所長のお考えは、デフレのこの時代だからこそ大きな意味がある。問題は、各企業がどのように自分の問題(課題)として人間主義経営を貫くかである。問題は提起をされ、三角商事やハンズマンのように実際に取り組んでいる企業もあるのだから、我々もがんばらねばと思う。

- 2010 年 11 月 7 日 林 明夫記 -