

仕事が楽しくできる会社に変えるために(第3回)

松下幸之助の経営に学ぶ「共同体感覚は会社を救う」

2015.07.01

仕事を楽しくめば成果も上がる「フロー理論」と、会社を変えるために必要な「共同体感覚」。この両者が高次元で両立すれば、従業員が仕事を楽しくめらうえ、会社の業績も上がり、より良い企業に変えることができる。

前回、「生物学から見る、個人と組織の欲求を両立する方法」では、人間もまた、他の社会性を持つ生物と同様に、無意識のレベルで他者の利益を優先させる「利他的」な社会活動を行なう生き物であることを確認した。

今回は、実際のビジネスにおいて利他的な活動が成立するのか、事例を踏まえて検証していく。

ビジネスは各企業による欲の追求

基本的にビジネスは、弱肉強食の生存競争だ。個々の企業は、売上を伸ばすため、利益を上げるために事業を行なっている。一見、そこには利他性の入り込む余地はなさそうだ。しかし、前回、人間は本能としての利己性と利他性をも持ち合わせていることを確認した。実際、松下幸之助や稲盛和夫をはじめとした偉大な経営者は、異口同音に「利他の心が大切である」と唱えている。そこで、企業やそのビジネスにおいて、個の欲求の実現と、全体のための共同体感覚は両立できるのか、できるのであれば、どのようにすれば成立するのか。

長く松下幸之助に師事した元松下電送(現パナソニック)社長、木野親之は、著書「松下幸之助 叱られ問答」で、個における欲求の充足と、全体のための共同体感覚の関係性が色濃く表出したエピソードを紹介している。その事例から解き明かしていきたい。

国際規格をつくるのはトップメーカーの責任だ！

昭和48年、電電公社(現NTT)の電話回線が一般に開放され、ファックス市場に10社を超える企業が参入した。しかし、メーカーごとに異なるスペック(仕様)で導入が進んだため、メーカーが違えば相互に通信はできなかった。

当時、松下電送は、独走に近い状態でファックスの販売を伸ばしていた。そんなある日、松下幸之助は木野を呼び出し、自社と他社の製品の間では通信ができないことに対して烈火のごとく叱った。

「世界各国で生産された製品同士、互いに通信できなければ、お客さまが困るではないか！」

対して木野は、「良い製品が売れて、そのメーカーの製品同士はつながるのですから、お客さまへ迷惑はかけていないと思います」と反論。総合的に考えて世界中のファックスをつなげるのは困難であり、本来、標準化は国の事業であることを伝えた。

すると、松下幸之助から、… 続きを読む