

「種の起源」誕生160年

見慣れた風景の一部が欠けてしまうと、妙に心が落ち着かなくなる。所用があり、車で数年ぶりに通った道でのこと。見慣れたはずの店が見えない。そこは味噌醤油を製造販売している老舗で、郊外に大きな店を構えていた。見逃すはずはない。そこではたと気づいたのは、バイパスの完成で道路が変わってしまったということである。立地産業である小売業にとってこれは大きな痛手である。

その時頭をよぎったのは、新たな道路の開通や競合店の近隣への出店など、目に見える変化に対しては多くの経営者は危機感を募らせ、何らかの対応を短期間のうちに行うだろう。一方、目に見えない変化や長い時間をかけながら現れる変化に対してはどうだろうか。例えば、ネット通販の拡大や情報の高度化などに対して、適切な手段ができていくかという懸念である。

「商売は戦いだ。だが、その戦いは極めて進行が緩慢だから、なかなか戦っているという実感を持ってない人が多い」（大正製薬元社長 上原正吉氏）。戦いの相手は「変化」も含まれる。いや、変化こそ主な相手

であろう。時々刻々と時代は変わっていく。だから、時代がどう変わっていくか、常に自問をしなければ本人が気が付かないうちに変化が進み、優勝劣敗が決まってしまう。変化に対応するには、物よりも人が大切である。人が育つということは企業にとって何よりの明日への備えになる。小型日本語ワープロ用プリンターで活況を呈していたアルプス電気盛岡工場は、パソコンの普及とともにプリンター専用機が主流を占めるようになると、その対応に遅れて競争力を失い、結果として2002年閉鎖に至った。

だが閉鎖前後、この工場からスピノオフした起業家が多く輩出した。現在、盛岡市周辺に38社を数える。4百人ほどの従業員を擁し、当時の盛岡工場の7割近い雇用の場が確保されたことになる。

これだけの企業が誕生し存続している要因のひとつが、歴代の工場トップが会社にしごみつくのではなく、いざという時に独立できる力を自らつけることを奨励し人材育成に傾注してきたことにあるようだ。言い換えるなら、企業家精神を育む組織文化

が培われていたと言えるであろう。

今年は大イブニングが「種の起源」をロンドンで出版してから160年を迎える。生物学者の福岡伸一氏は、「生物は絶えず少しずつ変化する。変化自体に方向や目的はない。でも環境が長い時間をかけてその変化を選び取っていく。それが進化だ。」と種の起源の主旨をシンプルに切り取っている。

企業や人間にとっての変化を考えると、そこに『意志の力』の存在を私は信じたい。人は心構え次第でいくらでも自分の能力を伸ばしていける。だからこそ、ある立場に立った時に磨きかけた能力が、時間の経過とともに衰えを見せていないか、その検証は欠かせない。先を見る目に曇りはないか、慣れ親しんだところで商売をして、新たなことに挑戦する意欲が減退してはいないか、等である。

企業にしろ、人間にしても大きな変化の潮流の中に生きている。決して平坦ではなさそうだが、しかし、過去の成功体験を否定し、変化によって選ばれ続ける存在を目指して挑戦を続ける、そんな一年としたいものである。



一般財団法人岩手経済研究所
理事長

高橋 真裕