

忘れてはならないこと

講演会などで、話を聞く際の心構えはどうあるべきか。話の内容が自分の関心外であったり、期待していた話とは異なっていたりすると、途端に真剣に聞こうとする意欲が薄れてしまい、無為な時間を過ごしてしまうことがある。ところが、人の話は聞く姿勢によって一つや二つはなるほどと

うなずくことや、何らかのヒントにつながることもある。この積み重ねによって人生が少しでも豊かになり、自分の成長につながるのであれば、その効用は大きい。だからこそ、せっかくの機会、貴重な時間を費やすのであれば、むしろ積極的に人に学ぶ気持ちを持たず、話を聞きたいものだと思う。

「スーパードライを発売したのは、昭和から平成にかけてのことであった。アサヒビールが最も厳しかった時期であったが、その厳しさを体験した社員が少なくなりました。30年の歳月は、4分の3の社員が平成に入って入社したことを意味する。会社経営は谷あり、山ありだ。どん底を知らずに右肩上がりの成長期を謳歌してきた社員に危機意識をどのように伝えていく

か、大きな課題である」。これはアサヒビール元社長の池田弘一氏が短い乾杯の挨拶の中で話されたことだったが、平成から令和へと元号が変わる時期に、平成の30年を回顧した含蓄ある言葉として深く共感した。

この言葉には、スーパードライのような大成功を収めた商品であっても、一つの成功に胡坐をかいているなら成功の罠に陥ることは必定であるとの戒めを読み取ることができる。また、どのような組織であっても、働く人は時代とともに若返り、経営者も変わる。その中で組織が連続的に存在するためには、常に商売の原点を見つめなおす大切さを示している。

盛岡市においてドラッグストアチェーンと医療系ベンチャーが提携して始めた事業がある。来店されるお客様を対象に、健康チェックの無料サービスで、血液を一滴採取、5分ほどで、血糖値肝機能、脂質、糖代謝など7項目の測定項目が分析される。この結果はその場でお客様に手交される。同時に、ドラッグストアチェーンでは消費行動情報を収集する。これらを統合したピッ



一般財団法人岩手経済研究所
理事長

高橋 真裕

グデータを分析し、製薬メーカー等の企業や自治体にデータを提供することで事業化を進めている。このような新しいビジネスモデルへの取り組みこそ企業の将来を切り拓いていくものであろう。

情報技術革新によって加速される「産業構造変化」が進行し、時代が大きく変わろうとしていることが感じとれる。これまで常識と思っていたことが根底から覆るような時代がすでに始まっている。流通業にしろ、金融業にしても従来のビジネスモデルのままでは限界が明らかになっている。ただし、このような時代こそ変化をおこすチャンスと捉えることができる。どのような課題が社会にあるのか、技術による解決が可能か、事業として成り立つか、それが本当に必要で役立つかなど、考え抜く中で新たなビジネスモデルを立ち上げていく必要があるだろう。

常に商売の原点を見つめなおし、同時に新たなことに「挑戦」し続ける、言い換えるなら何を守り、何を変え攻めるかという見極めこそ経営の要諦である。時代の転換期において、忘れてはならないことである。