

2021/8/31-1

(うと Q 世話し 企業の目的を問い直す)

昔から世の中で悪玉として名が上がり易いのが「数字」と「お金」です。

例えば業績や売上の「数字」を上げろのプレッシャーに負けて「不正に手を着けた」要するに水増しや改竄です。

「お金」については枚挙にいとまがないので一々書きませんが、是も「悪」や「不正」「格差」等の温床としてしばしば扱われます。

しかしよく考えてみれば「数字」や「お金」そのものは無色透明で中立的な物です。

問題なのはそれらを手にした時、又は手にする前からの扱う側の「(真相) 目的や運用の仕方」ではないでしょうか。

例えば「見た目の」数字を上げる事に拘ると質や継続性を無視して

「頭数だけ増やせばいい」

と言う事になってしまいますし、

「業績評価指数の分子と分母の数字を操作すればよく見える」

等と言う事が日常茶飯に起きてしまいます。

「見た目」はよくなり業績評価の面で責は負いませんが「会社の實力」は知らぬ間にどんどん劣化して下がり、ついには手の施しようがなくなってしまいます。

又、昔マーケティング等でよく珍重された「平均値」は、全体を総数で割っただけの数値なので、実際には「存在しないゾーン」を「これが全体の代表的な姿だ」と錯覚してしまいがちでした。

本来なら「中央値」即ち「最も頻度が高く現出するゾーン」を捉えていなくてはならなかったのに、です。

或いは気づいていながら企画を通すために敢えてその数値をすり替えて使う事も。

これらは全て無色透明な「数字」を扱い運用する側の問題です。

更にお金については扱う側、運用する側の問題点が「あからさま」に現れてきます。

端的に申せば「目的と手段」の大逆転です。

本来お金は或目的成就の為の一運用「手段」でしかないものを、全てを用いて獲得すべき「最終目的」と挿げ替えてしまう事態です。

「事業」とは元々前者を指していたのですが、最近では後者、即ち社会貢献や経世済民よりも「お金儲け」を事業だと勘違いする風潮が老若男女、国家民族を問わず、それこそ「グローバル」に蔓延している様に思われます。

これらは全て人間の側が数字やお金を使いこなす、つまり主体が人間にあって然るべき処、反対に数字やお金に使われている、弄ばれている「主体性の喪失」が原因の様な気がします。

「企業の最終目的は利益の最大化である」

と今から 45 年前、企画部門に配属された折、責任者からそう教わりましたが、今、これら数字やお金に、就中先進国の民が「ペットや家畜」の如く弄ばれ、使役させられている事態、

矛盾がそこかしこで噴出する事態を目の当たりにするにつれ現在では、

「その目的の定義こそがおかしい」

のではないか？

「その定義こそが主体性の喪失や矛盾噴出の元凶概念なのではないか？」

と深い疑念を抱いております。

何故ならその定義には

「社会に対して企業が利益を最大化する意味の説明、即ち我々に対する存在理由が何も記されていない」

からです。