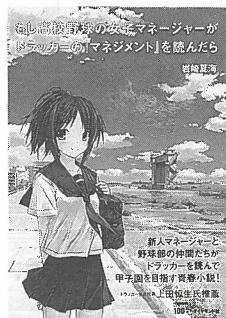


『もし高校野球の女子マネージャーが  
ドハシカーナの「マネジメント』を読んだら

岩崎夏海著  
ダイヤモンド社  
1680円



業が、元気な企業が少なくて、今見る影もなく落ちぶれてしまつてゐるケースがある。少しこの企業が少なくて、だが、何と言おうか。不況は悪いことばかりではない。好況の時には見えなかつた、たゞ雜なものが火の炉で精錬され、不純物が吹き飛ばされ、それが晴れたよつに、先行きは、つきり見えてくる。何を廃棄しても、何を追求すべきかが見ええてくる。守るべき原理原則が見えてくる。

そんななかで、おもしろい本が出た。よく売れているといふ。高校野球のマネージャーが、チームの鍛錬と甲子園出場に生かすというストーリーである。ここでのマネジメントとは、経営学の大御所ピータードラッカによる書物を指して、この思想家は2005年に亡くなつて死しているのだが、不思議なことに、その影響力が

マネージャー、言葉は同じながら機能は違うように見える。だが、ともに人をして成果を挙げさせなければならぬ点では共通である。

体裁は小説である。ドラッカーリを題材としているものの、純然たる芸術作品として書かれているのが興味深い。

女子マネージャーの主人公が、自らに野球部を甲子園に連れて行くというミッションを課

会科学者の中に増してゐる数少ない社会科学者の中の一人である。現在世界で30を超える研究グループがあり、相互に連携をはかりつつ、それがさておいても、野球部のマネージャーと経営としての

感情移入できる新タイプのビジネス書

い。仮託して語つてゐるに過ぎない。たぶん著者の心の中には、いくつもの高校野球上の名勝負が、映画のように渦巻いているのだろう。幸いなことにと、言うべきか、高校野球ほどに奇跡が頻発する世界も珍しい。むしろ高校野球とは現実の世界を凝縮的に表現し、時代の実験室なのである。誰にでも記憶に残つてゐる名

早稲田実業対駒大苦小牧、古くからP.L.学園対取手二高がある。おそらく作戦的には絶対に描ききれないような世界がそこでは四六時中起つていて、毎年の初甲子園を見るだけでも、奇跡の筋書きのないドラマそのものである。

社会生物学研究者 森里陽一

「課題先進国」日本——キヤツチ  
アップからフロンティランナー』

小宮山宏著  
中央公論新社  
一九八〇年



元東京大学総長による書物で、眞の語彙における「啓蒙書」といつていいと思う。出版され2年ほど経っているのだが、ある大型書店の目立つ場所に置かれていた。ここへきて、本書はちよとした注目を集めたいようだ。読んでみて理由がわかった。  
基本的な立場は冒頭のフレーズに集約される。「課題先進国」日本という意味は、日本には、どの国も解決したことのない課題が山ほどあるということである。つまるところ、課題山積の現状に新たな示唆を与えるとするものであつて、俗な言い方をすれば、災い転じて福音となすための指針を示すものである。  
扱われているテーマを小見出しレベルでざつと列挙してみると、「エネルギー効率を三倍、自然エネルギーを二倍に」「自動車用のガソリン消費はゼロになる」「効率のよい小規模発電装置を開発する」「アジア型工コハウスへの挑戦」「すぐにでも

のは聞かれない。ネガティブな経済指標ばかりである。だが、変転の世界で定量的な尺度というものはあまりあてにはならない。尺度の価値機軸そのものが変わってしまうからだ。ここでの重要な主張の一つとは、個別の物事に配慮しつつ、全体からものを見る視点を決して失うなどいう点にある。そういうのも、情報源は多様化し、情報量は爆発している。だ

だけの話である。いわば課題のトップランナーといふわけだ。  
そこで、大事なのは発想の転換だ。進歩とは課題克服の過程と同義であった。実は課題とは、認識された時点で機会に変化する可能性を秘める。それも機会に転じうる課題と認識しうるかどうかが鍵である。  
未来社会の動向を読む時、つわりやすいやゆえに技術や市場から入ってしまいがちだ。

発想転換を促す一流の啓蒙書

できる医療チップ」といつたものがある。いずれも、すでにわれわれの現実生活と馴染みのあるものばかりである。

が、ほんの状況でも変わらぬ能力である。確かに高齢社会は進んでいる。環境問題も深化していろいろし、軍縮問題も、クローバル問題も限りなく日常の身近な問題題になつてゐる。だが、高齢社会一つとつても、課題設定の方法次第でその相貌は全く異なるものとなる。事実、高齢化は日本だけの問題ではない。先進国はおなじで、その高齢化をたどつており、日本は進行が相対的に早いといふ

たが、本書は工学者ならではの  
プラクティカルな視点で、本当に大事なのは社会的な課題そのものなのだとということを教えてくれる。高齢者が社会の中心を占める社会には、それにふさわしい社会システムやビジネスというものが必要になろう。あくまでも、課題というものが先にあって、その後に解決策が模索されるのであって、逆ではない。それに対して課題をきちんと一定の知識的枠組みとして体系化し提示できることか否かが次代のリーダーたりうるかの試金石となる。

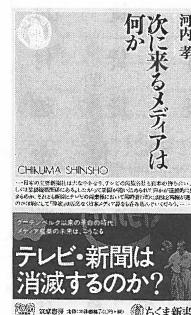
その際、有用な知識の創造に不可欠なものは「経験」である。課題に対して蓄積された経験値の如何が次の展開を決める。早く難題にぶちあつただけ得な

のだ。コロンブスの卵とはこのことの自負があるならば、本書のような誰にでもわかるスタイルの書物を書くべきだと思う。

社会生態學研究者 森里陽一

## 『次に来るメディアは何か』

河内 孝著  
ちくま新書  
777円



ごとく産業革命以来の大革新とされたものだ。その認識はむろん正しい。だがデジタル化にはもう一つ巨大な変革の側面がある。

ようやく最近「グーテンベルク以来の」という枕詞が聞かれるようになつたのは、そこを指していい。そして、長期にわたりより大きな影響力を人間社会に持ちうるのはおそらく後者だ。前者がものの生産に関するものに対し、後者は人間の認識に関わるものだからだ。

メディアとはいわば触媒や媒介の意である。それは単なる道具体ではない。昔一世を風靡した社会哲学者マクルーアンの有名な辞にもあるように、「メディアとはメツセージ」であつて、形式が思考そのものを決定する。ラン・バルトの論考にもある。エッフェル塔の建築はパリ市民の意識を変えた。パリと新しい空間を「上」から見ると、新たな目を与えたからだといつていい。

新メディアを観察する視線が興味深い。まずおもしろいのが、アメリカ新聞業界では広告収入が落ち込み、わずか2年で全体の35%に相当する記者が解雇されたこと、そのほかこれまでになかつた組織的な離合集散が報告される。同時に、活動の場を劇的に広げ、次々とチャンスと収益性を

などによつて糊塗され続けてきた異形の実態がそこにはある。産業としては実はもう破綻しているのかもしれない。だが、それで終わりではない。といふか、そこからが問題である。日本の旧態依然とした状況が終わりを迎えるのはいいとして、そのことが「メデイア」が社会的機能や役割を果たしうるかというのを全く別の問題である。

にともなう認識を規定する。それ  
が、200ページあまりの小著な  
がら、メディアの産業的側面観  
点から、首尾一貫した視座を提  
供してゐる。著者は本来新聞記  
者で、長い間メディアといふ通  
じで、世界の住人であつただけ  
に、愛憎半ばする感情とともに

ものに対するケーブル等の新メディア勢力とのコントラストも鮮やかである。両者の議会での角逐、双方の言い分、論争のボイントなども実際に見ていて面白い。現在が大きな変化でいる。メディア革命のなかにあることがリアルに感ぜられる一幕である。

も望ましいのは、多數の言論があつて、その発し手が多様であることだ。本書の言うように、単にその産業的帰結としてのコングロマリット化だけでは説明できない社会的機能というものがなければならない。單に大同団結するだけなら、言論は矮小化され一元化されられる。情報チャネルという認識形の選択肢は細く貧しくなり、意見や思考の交差の場を空息させることがになりかねない。ゆえにこそ新興勢力が言論を同時に多発的に起こしかつ公共性を得できるかが一つの要石といふ產業的特性以前に、メデイアの側を使ふ産業的意味づけに思ふべきである。その際、メデイアの読者や視聴者とのつながりを駆け取る社会的意味づけに、多様化の多様化は受け手の認証しからである。

だ。言論機関たりスムの最後の壁は、必ずしもテレビやマスコミたる現状を打破するには、まずは乗れるが一言でいわしらかなるの疑問はわざわざ思ふ。

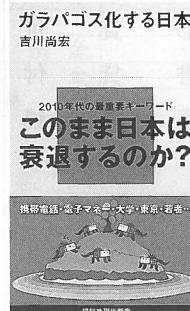
社会生能学研究者 森甲陽一



## 『ガラパゴス化する日本』

吉川尚宏 著

講談社現代新書 798円



ガラパゴス化——。どう考えても流行りそうもない。語呂も悪いし、イメージも湧きにくい。むしろ自然に恵まれた素敵なイメージさえある。

流行語とは不思議なもので、何となく意識の深層に入り込んでいく、人々の言動の尺度を規定してしまう。そして——これが一番困ったことなのだが、ほぼ例外なく言葉だけが独り歩きしていく。

著者は「ガラパゴス」の語を発案した研究組織により、コンセプトから処方箋までを手がけた人である。いわばガラパゴス現象の生みの親の一人である。ガラパゴスが日本社会あるいは日本産業の形容詞として成立するに至った経緯などが語られており、なかなかおもしろい。あまりきちんとした形で振り返

されることがなかつた話だけに関心を引く。

本来は携帯電話の世界で日本が主流のスタンダードとは別のものを構築し独自に発展するのを揶揄的に表現したものであつたという。それがしだいに日本産業、ひいては日本社会、固有

の一つという論調も見られた。

だが、本書では発展を阻害する病因の一つと見なされる。刺激的な視角である。今まで何となくは認識されつつも、はつきり問題だといわれると感じ方がまたたく違つてくる。

ならば、打つ手はあるのか。人間社会に関する他の現象と同様に万能薬がない。だいじなのは、例外的にうまくいっているものを探すことだとする。例外であろうとなかろうと、うまく

## 小さな成功の追求が世界を開く

のメンタルモデル、いわば文化論にまで拡大して用いられるようになる。

その後、さまざまな言論の場で、そもそも「ガラパゴス化」なるものは問題なのか、そうだとなれば何ゆえに問題なのか、議論が巻き起こつた。なかにはガラパゴス化は日本産業の活路

いつてゐる事例があるということは、方法次第で打開可能であることを示唆している。

特に、日本発の知識や方法で海外市场の重い扉をこじ開けて成功した例が多く語られる。

見てみれば、ここしばらくの産業記事の多くは世界をいかに市場とするかに関するものばかりである。日本は少子高齢化しているかも知れないが、世界は多子若年化している。市場の定義で風景は変わるという素朴な事実に気づかせてくれる。

社会生態学研究者 森里陽一



# 「フリー——〈無料〉から お金生みだす新戦略」から

クリス・アンダーソン著／小林弘人監修  
NHK出版 1890円



以前から話題になつてゐるのは知つていた。少々厚いこの本を読むために都心の喫茶店に入つた。350ページあつて、それなりに骨が折れる。隣ではビジネスマン風の二人が、社内情報の取り扱いをどう規定に反映させるか熱心に議論している。まず席を見る。何より興味深いのは、内容以上に出版の経緯である。期間限定ながら全文がネット上で無料で出た。それでもなお、世界的に話題となり、世界25か国で刊行されベストセラーになつた。フリーについての仮説の正しさを自ら実践で証明したわけだ。じつに興味深い。貢に目を落とす。フリー——。さまざまな意味がある。現在の世の中を見回せば、ネットを中心とするものなど無数にある。考えてみれば、今朝から使つたもの、メールも、検索サイトも、

動画も、ラジオも、すべて一銭も払っていない。いつからこんな世の中になつたのだろうか。その含意とはいかなるものか。歐米人はよくも現象をこんなふうに、生煮えの体系と原則に置き換えられると感心する。能

## タダほど安いものはない？

力にではなく勇気に感動する。「一時期いわれた「ロングテール」の著者である。ジャーナリストだけあって、最初から最後まで、徹底した観察姿勢が光る。現象を追いかけるも、丹念に背景に思いを馳せている。フリーにまつわる有名な逸話にジレットの安全かみそりがある。発売当初まったく売れなかつた。そこで、さまざま商

にかみそりをおまけとしてつけて、使ってもらうことからスタートした。まずはタダでばらまいたわけである。その戦略が功を奏し、販売は大成功した。こんな話がデジタル経済全般でまあく進行している。

ついにここまできたかと思う。しかも、たち現れて間もない現象を含め、多面的にデジタル社会の経済的側面を分析し、戦略論の原型くらいは提示しう。しかし、たち現れて間もなく30歳が境なのだと。30歳以上はタダというものは現実には存在しないことを前提にものを扱うものと考える（「タダほど高いものはない！」）。だが、30歳以下では、無料が一つの文化として生活に入り込んだり、違和感はないという。そう、フリーとは経済問題以前に、意識の問題であつて、広い意味での文化的問題である。

なかには、たぶん著者自身整理し切れないゆえの切れ味の悪さもある。フリーがどんな意味で解釈され、考えられてきたのか、現在の企業活動、たとえばグーグルやアップルのビジネス戦略とどう関係してくるのか。論理構成は強引かつ粗雑だ。それでもなるほどと思わせ

るだけの説得力がある。

一つシヨックな記述があつた。フリーを理解できるかは、

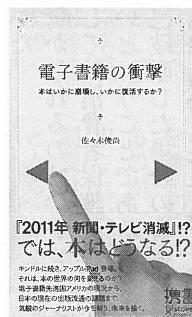
30歳が境なのだと。30歳以上はタダというものは現実には存在しないことを前提にものを扱うものと考える（「タダほど高いものはない！」）。

だが、30歳以下では、無料が一つの文化として生活に入り込んだり、違和感はないという。



## 「電子書籍の衝撃——本はいかに崩壊し、いかに復活するか?」

佐々木俊尚 著  
ディスカヴァー・トゥエンティワン 1155円



新聞とバブルは常に共犯の関係にあるとも聞いたことがある。真偽はともかく、メディアと実体経済の動きは微妙な距離をとりながら連動している。両者は同期するわけではない。しかし、一方は少なくとも、他方の「ある面」を伝えてはいる。そんな虚実入り交じつたところに、現実といういわく名状しがたい空気が暫定的に立ち現れることがある。

本書は、何らかの形で既存の情報流通に関わる者にとって、想像以上に「痛い」ものがある。メディアの本ではない。ビジネスの本である。すでに音楽業界で起こった革命的な変化が、ようやくにしてメディアの古層たる書籍に到達しようとしている。その主役は日本でも話題になっているアマゾンのキンドルやアップルのi

padといつた電子端末とp adと代表されるダウンロードビデオの様相を参照しつつ、鮮やかに語られる。

決して技術主導の論理展開をとるであろう見取り図がip o dに代表されるダウ

年秋、さつそくアマゾンのKindleを取り寄せて使っている。日本の書物はまだ手に入らないので、ブログや著作権に問題のない原稿や本、論文を取り込んで読んでいる。その結果はつきり感じたのは、普及を妨げる理由は何もないということである。

すでにグローバル化によつて市場は世界そのものになつた。だが政治や社会において国家ではなく、言語が国家をつくるとさえいわれる。

の観点から変化の帰趨を分析しようとすると、立ち位置はむろんデジタル書籍側からである。その分析一つ一つが小気味よく既存の業界の古い体質を浮き彫りにする。確かに考えてみれば、書物とは500年近くもその形態に変化がなかつた。あれほどまでに大量に流通するもの

でありながらも、形態は硬直的であつて、閉鎖的だつた。しかも書籍は「文化財」として特権的な地位を占めてきた。現在もなお日本では独占禁止法の適用除外を受けているのがその現れであろう。

個人的な話になる。評者は昨年秋、さつそくアマゾンのKindleを取り寄せて使っている。それは言語である。日本語の問題である。言語とは本質的にナショナリズムなものの問題である。国家が言語をつくるのではなく、言語が国家をつくる

### それは見た目以上のインパクト

社会生態学研究者 森里陽一

# 書評

## 『図解 人口減少経済早わかり』

奥村隆一 著  
中経出版 1575円



人口問題全般についての手軽な本というものが、そう多くなかった。気付いていた。今いかなる政治のマニフェストや事業計画書でも、「少子高齢化」のないものを見出すほうが難しくなっている。

おそらくその頻度は環境問題よりも少し多く、情報化よりやや少ないと位置であろう。誰もがその問題を迂回して経済の未来を考えられないのは頭では理解している。

にもかかわらず最頻出の語彙ほどに、頭脳の働きをストップさせてしまう効果がある。それでいて、を説明し尽くしたかのような錯覚に陥る。

この本は一見お手軽なものだが、繊細な問題意識で組み立てられている。しかも、「未来は予測するものではなくつくるもの」との認識のもとに、人口という巨大変化を利するための視

点が豊富に示されている。

人口問題が現代の日本にとっての一つの明暗を分ける重大な要因であるのは確かである。しかし、その先にあるのが完全に真っ暗な社会なのはわからない。それは経済が成長し、人口が増大するというのみではバラ色の社会の実現が約束されない

### 眺めて理解する今

のと同じである。トンネルといふものは抜けてみなければ向こ

う側はわからない。そのときどんな風景が現れるかは、それ以前の変化への働きかけいかんにかかる。かかる。

不安な気持ちになる。だが、この本は堂に入つていいねいに考え方でいる。しかもシンプルである。よけいな説明もない。つまり、何が一番大切なポイントなのが一目でわかるように工夫されている。またそこが不思議構成がいい。「子育て」「老後と

と頭に残るようにされている。

のとと同じである。トンネルといふものは抜けてみなければ向こう側はわからない。そのときどんな風景が現れるかは、それ以前の変化への働きかけいかんにかかる。かかる。

不安な気持ちになる。だが、この本は堂に入つていいねいに考え方でいる。しかもシンプルである。よけいな説明もない。つまり、何が一番大切なポイントなのが一目でわかるよう工夫されている。またそこが不思議構成がいい。「子育て」「老後と

と頭に残るようにされている。ところ著者独自の哲学といふ意味のわからないものがあつたり、文章と無関係ではと思われるものもある。そのたびに歌詞とメロディがかみ合つていい歌を聴かされるような、

図解というのは一時からの流行であるが、なかには相当に眉唾なものも少なくない。何度も意味のわからないものが思われるものもある。そのたびに歌詞とメロディがかみ合つていい歌を聴かされるような、

説明も平板ではなく、ところどころ著者独自の哲学といふ意味のわからないものがおもしろい。とくにビジネスでも兼業がふつうになる、仲介ビジネスの需要が増えるといった社会文脈に発する視点が出てくる。こんな記述に出くわすと、本を持つ手を休め、未来に立ち現れる社会をつい想像してみたくなる。

「1時間でわかる」などと銘打たれたものにうんざりしている人も、時にはだまされたと思つて手にしてみるのも悪くはない。本書のように実用性と効率性を兼ね備えたもののなかに、意外な発見があるかもしれない。

社会生態学研究者 森里陽一

## 『経済成長という病』

書評

目まぐるしい日常に追われて  
いると、つい尺度となる時間軸  
が今日明日などの目先で完結し  
がちである。そんなときほど世  
の動きに迎合的になつて、支配  
的な情報に踊らされている。先  
ごろまで紙面の少なからざる部  
分を占めた沖縄問題は気づけば  
ひつそりと聞かれなくなり、  
ワールドカップ、消費税、参議  
院選挙へと耳目は矢継ぎ早に変  
わっていく。

たまには評論もいいかと思いつ  
くが、想像以上によい本だつ  
た。何よりいいのは、最初から  
最後まで統一的テーマに基づい  
て書き下ろされて「いない」とこ  
ろにある。タイトルには「経済成  
長」とあるものの、話の大半は經  
済成長と関係はない。そもそも  
経済と関係がない。いわば、  
日々の思いや活動をかなり長い  
時間軸からカメラを引くように

感研究である。違和感にはちゃんと意味がある。少なくとも違和感は次の展開、次の戦略のヒントになる。たとえば次の一節」。「私たちはずっと、進歩を生きてきた」と思つてきた。しかし本当は退化を生きてきたのかも知れな

違和感こそ気づきの入り口

考え方もしなかったことだ。たとえば、一時期まかり通つてきたことが、すっかりなりを潜めた。多様性、国際性、市場性、実行性、自己責任、自己実現——。おおむね90年代の終わりあたりから言われ始めて、いつしか聞かなくなつたものばかりだ。不思議と懐かしい。一

展開が才氣に富むわけではない。おそらくさほどの博識でもない。むしろ感じられるのは、貫して違和感に意識せよといふメッセージである。それがどうのようにして人の感官を刺激するのかを見極めようとする。非凡な感覚を穏当な言語で表現するのはなかなかやつてみると難しい。その例証を本書「引用」中の引用から――。「詐欺師がビジネスマンに似ており、ビジネスマンが詐欺師と変わらなくなっている」。これはなかなか言い得て妙である。

時あれほどまでに力を持つて興ったスローガンが、今は虚空を打つばかり。町内会の標語にさえならないだろう。

実はビジネスに関わるものこそそんな何気ない風景の変化に敏感であるべきなのだと思う。今成功する企業は、消費者の違和感を解消はしないまでも所在を少なくとも教えてくれたところばかりだ。違和感こそ気づきの入り口なのだ。

# 経済成長という病

いま、本当に  
考えなければ  
ならないこと。

私たちには経済成長が人間の社会の  
開拓と進歩につながるからといって、競争を続けてきた。  
しかし、その努力を振り返る中で私たちの社会は  
少しでも進歩したといえるのだろうか。  
もしも、僵化したものを直面するのを  
避けながら、リーチーズのまねうな  
競争を続けるのではなかったのか  
――本文より

平川克美著  
講談社現代新書  
740円

社会生能学研究者 森田陽一

『日本邊境論』



テジオか何かでいい本と聞いて買つておいたのだが、いつしか散らかった書類に埋もれ、杳として行方が知れなくなつていてきた。先日掃除をしていたら出でたので、最初の数ページを読んだら止まらなくなつた。紹介させていただく。

著者は現代を代表する知識人の一人と言つてよいと思う。ブルガードとしても、言論活動を行つてゐる。その名を知る人も少なくないだろう。

タイトルの示すとおり日本論である。なのだが、凡俗の風貌を備えながら、凡俗に收まりきらぬ深さと広がりを備えている。よいところは、読者を選ばない点にある。通常の本にはしきるべき読者対象というものがあつて、さらにしかるべきメッセージがある。

だが、この本は誰が読んでもどのように誤読してもいいとい

たりの理解より、誰にもできない誤解の触発を著者も期待するふしがある。その意味で挑発的といつてよい。

少なくともビジネスマンをめがけて書かれた本ではないと思う。それでも、ビジネスに関わる人こそが本書を読むと学びが

内田樹著  
新潮新書 777

# 「行き過ぎた時代」への解毒剤

大きいと思う。

なぜなら、経済というものは経済でないたくさんの中のものから成り立っている。そしてその多くは意識されぬままに放置されている。時には「意識」そのものを意識させてくれるような知的刺激が必要である。それは実務書などとはまったく違う。脳

る。何も深読みする必要はない、書いてあるとおりである。  
たぶん一般的な啓蒙書を期待する人は、こんな言い切り調になじめないかもしれない。あるいは、何ごとかを演繹的に論証していくスタイルに馴れた人は、終始飲み下せないものを感じるかも知れない。だが著者は見え

さしく辺境性とは変化を常態としつつ、学びに開かれていくことによつて展開していくものだからだ。

警鐘も教化も啓蒙もない。語彙の正確な説明さえない。そんなスタイルそのものが一つの巨大的な文化変容を象徴するようと思われる。

少なくともビジネスマンをめがけて書かれた本ではないと思う。それでも、ビジネスに関わる人こそが本書を読むと学びが

著者は言う。「日本文化そのものはめまぐるしく変化するのだけれど、変化する仕方は変化しない」  
「私たち日本人は学ぶことについて世界でもっとも効率のいい装置を開発した国民」。  
なるほどと思う。この一文を以ってしても、従来の日本論とスケールが違うことを伺わせ

のレンズクリーナーの役割を持つ。視界を良くする。とくに日本人の学び方に焦点を合せた本である。

たままの世界を墨絵のように二つの像として、形態として描こうとしている。しかも自覺的に行つてゐる。豪快でありながら纖細である。日本人が弱いと思つていたところがむしろ起死回生の要になる可能性があることに気づかせてくれる。

すでに、国際的な経済環境は、少々刺激的な言い方をすれば、急速に「脱」経済化しつつあるよう見える。多くの場合のごとの解決とはその問題が生じた時と同じ論理では解けない。そこに、辺境性という一本の補助線を引いてみると、過去だけでなく未来に対しても多く示唆が得られるのに驚く。まさしく辺境性とは変化を常態としたままの世界を墨絵のように二つの像として、形態として描こうとしている。しかも自覺的に行つてゐる。豪快でありながら纖細である。日本人が弱いと思つていたところがむしろ起死回生の要になる可能性があることに気づかせてくれる。

社会生態学研究者 森里陽一



# 「人を助けるとはどうじつことか」

エドガー・シャイン／金井壽宏 監訳・金井真弓 訳  
英治出版 1995円



少し前のこと、道を歩いていて見知らぬ老婦人に呼び止められた。聞くとペットボトルの水を買ったがフタが固くて開かない。開けてもらえないかといふもの。むろん造作もない。すぐには開けて渡した。

よくよく考えると世の中の大部分はお金で動いているようみえて、実はささやかな相互行為で動いている。ほぼすべての人間関係についてじつにミクロな側面であらゆる情緒や論理を橋渡しするのが援助の概念である。

著名な心理学者による著作の翻訳である。組織行動論等で名高い研究者による訳である。これなれており読みやすい。おそらく今後一つの潮流をつくっていく種類の本とみてよいと思う。あとがきで著者が書いている。「この著書で私が言おうとしたことは、『支援』として変化

## いつどんなときも必須のスキル

はあまりにさまざまである。だが、そんな簡単なことに共通するのは、「いざやつてみるととても難しい」の一点である。それから單に結果としてではなく、プロセス全体としてみたところに本書の価値がある。著者は言う、「こうしたこと

を見直すことである」と。考えてみれば世の中は支援に溢れている。新宿駅の雑踏を歩いていると、ふと脇から出た人に道を譲る。あるいは電車で席を譲る。車に乗っていて、左手の車がワインカーを出して車線変更していく。もちろん状況

界である。簡単な話、コンサルタントを雇うのは支援を受けたいためだ。いわば支援という社会的な価値に経済的な価値が付随している。

役に立つのは、支援をする

るときでも、鳥や人間について語るときでも、支援があらゆる社会生活の中心であると私は認識するようになった」。確かに人間社会のみでは生き物全体がその法則に貫かれている。

おそらく現在もつとも純粹な知識産業がコンサルティング業

界である。簡単な話、コンサルタントを雇うのは支援を受けたいためだ。いわば支援といふ

誰でも支援するつもりで望んだ反応がなく傷ついた経験があるだろう。あるいは望む支援が相手に伝わらなくて困ったこともあるだろう。そう考えれば確かに著者の言うように、支援とは社会的なプロセスそのもので

に方法がなかつたというのがむしろ驚きである。適応する状況は常に身近なものばかりである。上司部下の関係から親子関係、見知らぬ人との関係まで、役に立つ方法が多くある。一読してみて損はない本だと思う。

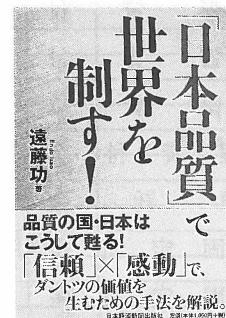
社会生態学研究者 森里陽一



# 「日本品質」で世界を制す！

遠藤 功著

1680円



あれほど騒がれたトヨタ問題がようやく鎮まつたかと思えば、今度は中国との国際的緊張が世間の耳目を引いている。共通するのは、日本ないし日本産業がグローバル化という問題と真の意味で対峙し格闘し始めているということである。ルールを曲がりなりにも高い代価とともに学びつつある。それ自体は決して悪いことではない。名物コンサルタント・教授として『現場力』『ねばちっこい経営』など独自のコンセプトでベストセラーをものにした著者の新刊である。いずれも、外資系コンサルやMBA教科書の得意な「こうすれば（たぶん）うまくいく」式の首尾一貫しつも現実味に欠ける経営学説とは一線を画する。一つひとつが生き物を扱う特有の泥臭さを特徴として持っている。実は泥臭さとは日本産業最大の持ち味である。

この10年で、世界的なブランドの日本企業が次々と品質に疑義を持たれるようになつた。だが、著者の見るところでは、日本はなぜ、品質が問題にされるのか。強みを真に最大化するため

## 日本ならではの強みをここに

の工夫や知恵が欠けているといふのが基本認識である。

現在流通する商品はその多くがソフトウェアの産物である。自動車や家電などはすでに工業製品でさえなく、立派な知識製品である。そのような商品群の背後には複雑かつ精密な電子制御が配備されている。いずれも

この10年で、世界的なブランドの日本企業が次々と品質に疑義を持たれるようになつた。だが、著者の見るところでは、日本はなぜ、品質が問題にされるのか。強みを真に最大化するため

目には見えない。そこに「見えない不良」というものが一定の確率で起こるという。そこへの配慮、いわば「つめ」の甘さで日本企業は損をしているとする。まして、現下では何より市場がグローバル化している。不具合というものが、わずかなはず

で、国際政治問題にまで発展する。トヨタの一件からすでに学んだことだ。また、ソニーなどは製品の不具合がYouTubeにアップされ、醜態が全世界にさらされた。もはや不具合は特定企業・特定市場の問題では

たとえば、「感動」のレベルにまで商品をもつていく、機能的な品質に情緒的品質という新たな軸を加える、商品に物語を付加するといった表現で語られる。確かに、日本には「おもてなし」といった一回限りの高度な精神性を含むサービスの姿勢がある。海外で一定の人気を博すことは、世界中でよく売れる製品のようにも感じられる。考えてみれば、グローバル化したとはいえ、世界中でよく売れる製品にさほどの違いがあるわけではない。銀座に出展するブランドはパンドーなどは、ニューヨークでも

ない。グローバル市場側の知覚の問題である。本書は日本企業でモデルとなる企業を丹念に取材・調査し、そこから鋭い切り口で日本の強みを最大化するアプローチを示している。そのいずれもが高品質である。そのような商品群の「普遍性」を持つものなのかもしれない。深い示唆をはらむ。

社会生態学研究者 森里陽一

## 『ささらば、メルセデス』

秋元 康著  
ボブ・ラ文庫 609円



最後のページにたどりついで、驚いたことがある。私はこの小説が1988年に書かれたものだということを知らなかつた。バブル絶頂のころ、その劇的崩壊の直前に書かれたものとは思いもしなかつた。ずっと書き下ろされたものだとばかり思つていた。それほどまでに、この小説はある面で独特的の臭みを放つ時代の限定性を超越している。森の奥にひつそりと水を湛える湖のような不思議なほどの透明感である。

ちよつと目先を変えたい時などに読むといふ種類の本がある。あまりにプラクティカルな方向に心を寄せていると何かが乾いてくる。心の中心部分がかさついてくる。目的あつての読書も悪くないが、読むことそのものを目的とする読書はもつと悪くないと実感する。

それに、一つの希望を与えてくれる。もうじき年末で今年も終わりを迎える。勇躍する龍のごとき中国に比して、日本は経済だけでなく、政治も社会も外交も不発に終わつたように巷間に言われる。だがそれはものごとをよく見ていないだけのことである。日本にあるものでうまく

の20代のバブル絶頂期までを伝的に描いた小説作品が本書である。読んでいて感じるのは、人との実像は凡庸であまりに不完全に見える。だが、凡庸さと不完全さのなかに、われわれの相手にする顧客の価値を適確に嗅ぎ取る鋭敏な感性が存するのを感じる。

さらには、人の抱く価値といふものを狭く限定するのは誤り

### 実用一辺倒で痺れた頭に効く

いっているものなど掃いて捨てられるほどある。よいニュースは小さな声でしか語られない。

その一つに社会現象としている。価値とはそれ自体具体的なものから出発し、その限りで時代の産物でありながらも、原則において普遍性を持つ

20年を経た現在にあって、過去の常識がことごとく通用しないことを証明している。

そこには受け手が感じたう以外の積極的な価値尺度となるたなかでの成功なのが、そのことを証明している。

20年を経た現在にあって、過去の常識がことごとく通用しないことを証明している。

社会生態学研究者 森里陽一