

自分より他者の利益を優先する「利他」の輪が広がっている。景気は低迷し、賃金や雇用はますます悪化しているのに。そこに光明を見いだせないか。

「一枚最低で三十円はする名刺に、注文が殺到しているのです。会社の姿勢に共感してお客が追い掛けてくるからです」。

年の瀬も押し迫ったある夜、都内の小さな講演会をのぞかせてもらいました。集ったのは地域の経営者や商店主ら九十人あまり。講師に招かれた大学の先生が、^{訥々}と社会貢献に前向きな企業を紹介していきます。

思いが詰まった名刺

この高価な名刺は、札幌市の「丸吉日新堂印刷」という小さな印刷会社のもの。名刺なんて勤務先から支給されるか、自前で買うにしてもわざわざ遠く離れた印刷所に頼むことは普通しないでしょう。

社説

それが毎月新しい顧客が全国から約七百人ずつ増えているのだから驚きです。

少しくすんだ名刺はバナナの茎が三割、古紙七割できています。アフリカの最貧国ザンビアから、果実を採った後に焼却処分されるはずの茎を買い付けている。

それは平均寿命が五十歳に満たない貧しい国への支援と、地球環境にも役立つからです。

さらに目を引くのは、印刷会社ですから自社でも作れるのに障害者の作業所に高めの賃金で外注していることです。正確さが必要

な点字付き名刺もつくってもらった。出来上がった名刺を届けに来る障害者の方たちの表情は、実に生き生きしているといえます。売り上げ一枚につき一円が自動的に日本盲導犬協会に入る仕組みまで考案した。この取り組みが口コミで伝わって、応援したいと注

文が相次いでいるのです。若い人が多いというのもうれしい。先生が紹介した、きり星のごとく輝く会社はほかにもたくさんありました。

3・11で「利他」が急増

壇上にいた先生は、法政大学大学院の坂本光司教授(65) 経営論。四十年以上にわたって全国の

会社は誰のために

年のはじめに考える

はいられない感情が日本人には内在しているのでは」と言います。思えば、バブル崩壊からすでに「失われた二十年」。円高とデフレで日本中が「一円でも安く」とコストダウンに汲々としてきました。さらに二〇〇八年秋、百年に一度の大恐慌「リーマン・ショック」で不況は一段と強まる。

「豊かさを求めてきたのに、少

約九万人の犠牲者が出る欧州史上最大の自然災害で、地震学誕生のきっかけや、ボルテール啓蒙期の思想家に多大な影響を与えました。日本人の価値観が3・11で大転換したかどうかは、後世の歴史家の判断に委ねますが、少なくとも「利他」の輪が広まったことは間違いない。

坂本教授が訪問した会社のうち一割、約七百社は「正しい経営」をしているといえます。人を大切に、人を幸せにする経営です。人とは社員やその家族、仕入れ先、顧客ら会社に関わる人たちです。

坂本教授の話は理想論にすぎるとは思いませんか。経営はそんなに甘いものではないのか。そうは思えません。例えば、冒頭の名刺のような顧客が応援したくなる商品、感動する商品づくりを突き進めていく。投資家や株主に「あの社長は本物だ」と認めさせる。すべては会社のあり方、経営の考え方が評価されるからです。

一九九八年にノーベル経済学賞を受けたインドの経済学者アマルティア・セン氏の思想が今の時代に存在感を増しています。「人が善い生活や善い人生を生きるために、どのような行動をとりたいのか」という潜在能力の概念です。

しも幸せになれない」と疑問を抱き始めた時に3・11が起きた。日本人の目を開かせ、一人一人が真剣に大切なものは何かと考えた。そして家族や周りにいる多くの人の幸せが一番大事だと気がついたのではないか。

一七五五年のリスボン地震は、

私たちが生活者でもできる行動は何か。それは、ただ安いとかCMにつられるのではなく、「利他」の会社を選んで商品を買ったり応援したりする。そんな小さなことでも社会貢献になるのです。

すぐできる社会貢献は

私たちが生活者でもできる行動は何か。それは、ただ安いとかCMにつられるのではなく、「利他」の会社を選んで商品を買ったり応援したりする。そんな小さなことでも社会貢献になるのです。