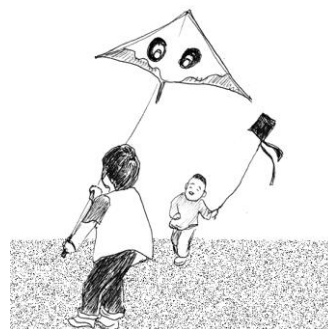


共存共栄こそ 経営の柱



え・古屋智子

一月のテーマ

先を見る目

① 月のテーマ「先を見る目」は、今号が最終となります。

先を見る目、すなわち「先見」を辞書で引くと、「事があらわれる前に見抜くこと。さきを見通すこと」とあります（『広辞苑』）。

また、中国の歴史書『後漢書（『ごかんしよ』）には、「先見の明」という言葉があります。これは「事が起こる前にそれを見抜く見識」という意味です。見識というからには、単に先を見るだけではなく、すぐれた判断力、物事の本質を見抜く力が求められます。

かつてF市でカラオケボックスを開店したT氏を紹介しましょう。

当時は、カラオケボックスが世の中に登場したばかりの時代です。今のように部屋から飲み物を注文する仕組みではなく、利用者は自分で飲食物を持ち込んで、カラオケを楽しんでいました。

T氏がカラオケボックスを開店後、近くにあるコンビニエンスストアの売り上げが急上昇しました。カラオケの利用者が飲食品を買い込むようになったからです。

T氏は、自社ビル内にコンビニを誘致することを考えました。カラオケ利用者の数を考えると、十分に売り上げを上げられそうです。しかし、その一方でこう考えました。

（同じ町内にあるコンビニの売り上げが減少しては申し訳ない）

T氏はさっそく市場調査を開始しました。自社ビルとコンビニの来客はどの地域の人が多く、どの方向から来店するのかを調査しました。

その結果、今すでにあるコンビニの主な客層は、自社のカラオケに来る人のルートからは外れていることがわかったのです。

「これなら、あのコンビニの売り上げも急に下がることはない。カラオケができる前の業績以下にはならないはずだ」とT氏は判断しました。そして、自社ビルにコンビニを開店させたのです。

カラオケに来る客は、ビル内のコンビニで買い物をするようになりました。一方、近所のコンビニも、カラオケ客の売り上げは減ったものの、既存の客層は変わらず、以前の売り上げを保っていました。結果的に、

客を奪い合うことなく、二店とも業績は順調だったのです。地域の人にとっては、コンビニが増えたことでより便利になりました。

商売をする上で、ややもすると、（わが社さえ良ければいい）と考えがちです。しかし、仮にこちらだけが儲けて、相手が潰れてしまえば、共に栄えたことにはなりません。競い合うことによる張り合いもなくなり、結局は、自分の商売自体も沈滞してしまふものです。

社会に貢献できることをめざし、より多くの人から喜ばれるよい製品を作り、よい方法で売るように互いに競い合うのが共存共栄（ききょうそんきょうえい）である。社会生活はこれによって成り立つ。もし大型店舗ができたとしても小売業者もそれで発奮して、より独得な、よい商品のように工夫すれば、決して客は減らない。現実にはそうした商店街が、いくらでもある。大も小も共に繁昌している。

『世紀の歩調』丸山竹秋著
共存共栄を実践した、T氏の「先見の明」に学びたいものです。