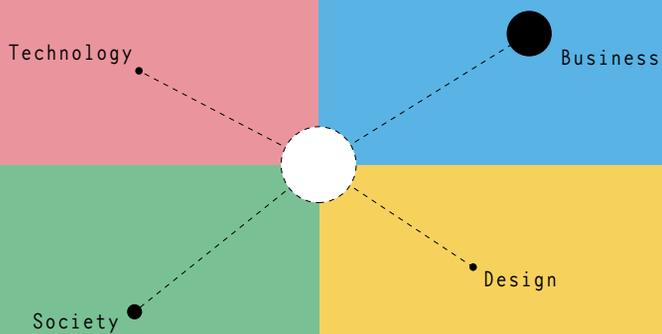


# 阪本啓一

さかもとけいいち: マーケティング・コンサルタント。大阪大学卒業後、旭化成を経て、独立。渡米し、ニューヨークでコンサルティング会社「Palmtree Inc.」を設立、現在同社CEO。著書「スロウなビジネスに帰れ」(小社)「パーミッション・マーケティングの未来」(翔泳社)訳書など多数。

[www.palmtr.com](http://www.palmtr.com)  
surf@palmtr.com



## 『飽きない』の原点に帰ろう

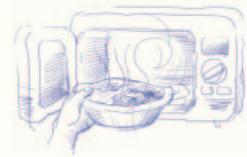
「スローなビジネス」とは？

今回は、本コラムのタイトル「スローなビジネス」について話そう。「スロー」というのは速度としてのスローではなく、「じっくり本質を見つめる」意味と受け取っていただきたい。従来の日本企業経営のものさしでは「スピード」「効率」「量の拡大」にプラスの符号が付いていた。外国人学者から「日本企業はスピードが足りない」と言われると、「反省」したりしていた。さて、ここでふと立ち止まって振り返ってみよう。日本企業は「驚異の成長」を果たし、より効率良く売上げを伸ばした。でも、それによってみんなはハッピーになっただろうか。インターネットや情報技術を語るのに、「スピード」「便利」というものさしが幅をきかせている。では、それによって生まれた経営資源はいったい何に使われたのか。むしろ情報技術が職場に入り込んだことによって「メールの返事はすぐに返さなければならぬ」など、忙しさが増しただけではないのか。息切れしてないか。

生活の品質は上がっているのか？

テロの影響で世界同時不況といわれるが、はて不況の定義とは何だろう。10月の三連休前日、私は仕事で羽田から伊丹へ向かう飛行機に乗った。観光客、修学旅行生の団体が満席だった。このどろろが不況か。要するに「もっと! もっと!」と叫んでいるだけの話なのではないか。いくら「もっと」ほしいからとがんばったところで、食事は一日三度以上食べたら健康を害するし、ビールをジョッキで10杯も飲みはしない。ここに「量」のものさしの落とし穴がある。「もっと」が満たされないから「不況」とぼやいているだけなのでは。量ではなく、生活の品質に目を向けたい。

「便利」「スピード」をものさしとした製品やサービスの代表的なものに24時間営業のコンビニ、電子レンジでチンと料理が完成するレトルト食品などがある。さて、これらによって、われわれの生活品質は上がったか？ 昨今のベストセラー本に「金持ち」「貧乏」といったワードで代表されるお金関係が多いのも、「お金さえあればすべてハッピーである」という願望がみんなの心の底にあるか



らであろう。お金って「もっとたくさんの量」があればいいのか。本当にそうか。ハッピーの定義ってそんなお手軽なものか。断固、違う。

あきない=スロー経営に帰ろう

昔、大学受験参考書で「より効率的に」受験用英単語を覚えられるベストセラー本があった。目の前の受験というハードルを越えるための英語はお手軽に身につくかもしれないが、英語コミュニケーションが本質とすれば、まったく役に立っていない。同じノリで経営もお手軽になってしまっている。カタカナ経営用語が「輸入」されるたび、それさえ使えば魔法の杖のように問題解決すると皆が飛びつく。次々とカタカナ用語が流行するさまはまるでポップスの世界のようなのである。しかし、経営とは、人間に対し、人間がするものだ。人間にそのような「公式」をあてはめ、奏効するはずがない。経営とはもっと時間と手間がかかって、もっとしんどいことのはずである。もともとビジネスとは「busy+ness」からきている。そう、忙しい。ビジネスパーソンは全員「なんでこんなに忙しいのだろう」と途方に暮れている。だからお手軽な用語が目の前にちらつくたびに飛びついてしまう。まるで経営の問題が即座に解決するかのように。しかし、そんなお手軽なわけではなく、スピード、スピードで息切れ寸前だ。われわれ日本人はとでも素敵な言葉を持っているではないか。「商い」「飽きない」からきているこの言葉こそ立ち帰るべき原点だ。あきないに帰ろう。ビジョンは「生活品質を高める」。そう、スローな経営とはあきないに立ち帰ることを提唱しているのである。じっくり取り組もう。あきず、息切れせず、ゆっくりと歩んでいこう。

Illustration: Harada Kazu



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)