

↑企業・国には期待すべきでない

このように、企業や国の姿勢は、ますますサラリーマンに厳しいものになっています。しかし、立場を変えれば無理もないところでは。国も会社も台所事情は厳しいからです。ご存じだと思いますが、国の金庫はからっぽです。それを補うために、当然どこかにしわ寄せがいきます。それは、どこか。いちばん税金に疎くて、徴税しやすく、数も多いサラリーマンです。

企業も同じです。競争はグローバルな環境で行われ、市場環境は激化するばかりです。従業員を手厚く守りすぎると、経営が立ち行かなくなります。または、それを避けるために、安い人件費を求めて外国に行くしかなくなります。結局、企業が業績を維持しながら、日本でビジネスを続けるには、日本国内で雇う人員の就労条件をも世界標準にそろえる、すなわち雇用条件を改悪するしかないのです。

そもそも非正規雇用者が増えた理由は、正社員の雇用を守るためともいえるのです。ご存じのとおり、日本では正社員を簡単には解雇できません。解雇権が弱い企業は正社員を雇うことに抑制的になり、正社員を雇用しつづけるために、新しい人員を非正規雇用にし

ています。

人口減少と高齢化が進むなか、国も福祉などに十分なお金を回せなくなっています。また、年金や健康保険をはじめとする社会保障の制度もすでに破綻しています。

このような状況のなかで、国や企業にしがみついても、国や企業と一緒に沈むだけです。それが嫌なら、自立の道を歩み始めるしかありません。

いつの時代も、犠牲者にならない秘訣は「自立」することです。国や会社などの組織に頼らずとも生きられる人材になること、力をつけることです。

気づいていただきたいのは、国にしても、企業にしても、その実体はフィクションであり、それ自体は誰でもないことです。国は国民の集合体であり、企業は社員の集合体です。そして、あなた自身が、その集合体の一員です。いくら実情を嘆き、国や企業に怒りの矛先を向けても、その怒りやしわ寄せは、必ず巡りめぐって自分に戻ってきます。

読者のなかには「組織の実力者、すなわち政治家や官僚、経営者ばかりが甘い汁を吸っている」とお考えの向きもおられるでしょう。確かに、そういう側面があることは否めません。しかし、彼らに働きかけても改善は望めません。彼らは、既得権者だからです。既得権者を変えるには、革命しかありません。歴史を繙いても、既得権者の権利を握り取る

8 大衆はなぜあらゆることに介入するのか？
しかも暴力的にのみ介入するのか？

今まで見てきたのは、きわめて逆説的ではあるが実際には当然きわまりない何か起きたこと、つまり世界と生が凡庸な人間に自らをすっかり開放したために、凡庸人はかえって魂を閉ざしてしまつたということである。そこで私は、そうした平均人の魂の閉鎖性の上に大衆の反逆が成立しており、それと同時に、この大衆の反逆の上に、今日人類に提起されている重大問題が成立しているのだと主張したい。

私は本書を読まれる方の多くが、私と同じようにはお考えにならないのをじゅうぶん承知している。それもまたきわめて当然なことであり、私の主張を裏づけてくれるのである。というのは、たとえ私の意見が決定的にまちがっているという結果になつても、私と意見を異にする読者の多くが、このように錯綜した問題についてももの五分間も熟考したことがないのだ、という事実はずねに残るからである。そのような人たちが、どうして私と同じように考えるだろうか？ 前もつて意

見を作りあげる努力をしないで、その問題について意見を持つ権利があると信じていることからして、私が「反逆的大衆」と呼んだところの、人間としてのばかげたあり方に属していることを典型的に表明しているのだ。それこそまさしく、閉鎖的、密室的な魂を持つということである。この場合は、知的閉鎖性といえるだろう。こうした人間は、まず自分のうちに思想の貯えを見いだす。そしてそこにある思想だけで満足し、自分は知的に完全だと考えることに決めてしまふ。彼は自分の外にあるものを何ひとつ欲しいとは思わないから、その貯えのうちに決定的に安住してしまふのだ。これが知的閉鎖性のメカニズムである。

大衆人は自分を完全だと考えている。ところが選ばれた人間が自分を完全だと思ふためには、このほか虚栄心を強くする必要があり、しかも自己の完全さに対するその信念は、彼と同質的に結びついてはいない。それは素朴な信念ではなく、彼の虚栄心から生まれてくるものであり、彼自身にとってさえ作り物的で、空想的で、問題をはらんだ性質を持っている。それゆえ虚栄心の強い人間は他人を必要とするのであり、他人のうちに、彼が自分自身について持ちたいと思つていゝ考えの確認を求めるのだ。そういうわけで、高貴な人間はこうした病的な場合でも、また虚栄心によつて「目が見えない」ときでも、心から自分を完全だと考えることができない。それに反して今日の凡庸人、つまり新しきアダムには、自分自身の完全さを疑う気など起きないのである。彼の自信のほどはアダムの、樂園的である。彼の魂が生まれながらに持つ閉鎖性が、自己の不完全さを知る上

口コミは、とらえどころのないコンセプトだ。

口コミを広げるにはどうしたらいいか？ そう質問したとたんに、答えが出なくなる。しかし、よくよく考えてみると、その行為自体は、決して難しいことではない。要は、あなたの会社のことを、お客がしゃべってくれればいいのだ。喜んで話題にしてくれればいいのである。

あなたなら、どんなときに、しゃべらずにはいられないか？

家を買ったとき？ 欲しかった車を買ったとき？ 宝くじに当たったとき？ あこがれていた女性とデートしたとき？ 誰もが知らない情報を知っているとき？ 友達が誰かと付き合っていることを、自分だけが知っているとき？

こんなときには、黙っていることがガマンできない。誰かれかまわずしゃべりたい。

このような抑えきれない欲求から逆算することによって、お客がしゃべり出す条件が分かる。

この章では、話したいという衝動の引き金を引く、七つの感情の要素を紹介しよう。

しゃべりたくなる感情の引き金①

不幸、災難、そしてスキャンダル

私のクライアントで、昨年来、災難続きの会社があった。「ダイユーゴルフ」（福島県・いわき市）という会社で、代表社員はトムという。もちろんトムはあだ名だ。俳優トム・クルーズに似たいい男なので、私が勝手にあだ名を付けた。

ある日、彼からファックスが届いた。「昨年来から大変しんどい」とのこと。そんな兆候はなかったので、何があったのかと、早速、電話をかけた。

話を聞くと、確かに悲惨だ。

昨年末に、基幹店が火事で全焼してしまった。在庫五〇〇〇万円がバーである。保険をかけておいたが、出火原因が不明とか何とかいう理由で、一年経っても保険がおりない。これだけでも、「うわっ」と思うぐらいの災難であるが、さらに今年になって、出店していたゴルフ練習場が、不況のため、いきなり閉鎖。二ヶ月以内に退去しろ、と言われた。次の場所が決まらないうちは、とてもじゃないけど、動こうにも動けない。

さあ、個人事業でビジネスをはじめよう！

個人事業でビジネスをはじめするための要件は何だろう

個人事業をはじめるのはとてもカンタンです。個人事業をはじめするための要件は、個人でビジネスをはじめて税務署に届出をすること、たったこれだけです。会社に所属することなく、独立起業する場合は、個人でビジネスをはじめれば、それが個人事業の開始となります。特に制限や要件ありません。

**副業を考えているビジネスマンも、
まずは個人事業からスタートさせる**

会社に勤めながらのビジネス（副業）の場合も、個人でビジネスをはじめるとなれば

個人事業となります。ただし、副業で単なるアルバイトをする場合は個人事業にはなりません。

例えば会社の勤務時間以外に、コンビニのアルバイトを1日3時間、週3回するなどといった「雇用」されている形では、自分自身でビジネスをはじめたことにはなりませんので、これは個人事業にはなりません。

また、会社に勤めながらのビジネス（副業）であっても、年間20万円以上の収入があった場合は税金を納めなくてはなりません。個人事業として本格的にビジネスをはじめるとは、必ず届出をしてください。

副業収入が一時的なものである場合は、通常「雑所得」として処理しますが、ある程度継続的にビジネスをしていく場合は、個人事業主として届出はしておいたほうがよいでしょう。

第4章——シアーズ物語

事業をいかにマネジメントするかは、あまりに重大な問題であつて、文献も大量に出ていてよいはずである。しかし実際には、ほとんどない。

生産やマーケティング、財務や技術、人事や広報など、事業における諸々の機能のマネジメントについての文献は、数千はなくとも数百は出ている。

しかし、事業のマネジメントとは何か、事業のマネジメントには何が必要か、機関としてのマネジメントは何を行うべきか、マネジメントをいかに行うべきかなどの問題は、今日のところ無視されたままである。

そのような手抜きは偶然ではない。それは、企業に関するまともな経済理論がないからである。しかし本書では、そのような理論化に入る前に、現実の企業の活動と行動を観察する。

事業とは何か、事業のマネジメントとは何かを知るうえで、アメリカで最も成功している企業の一

つ、シアーズ・ローバックに優るものはない。

今世紀の初め、シアーズは、アメリカの農民が孤立した独自の市場を形成しているとの認識から事業を成立させた。

当時の農民は、既存の流通チャネルでは到達できないという意味で、孤立した市場だった。また、いくつかの重要な点で都市の消費者とは異なるニーズをもつという意味で、独自の市場だった。農民一人ひとりの購買力は小さくとも、全体としては、いまだ手のつけられていない膨大な潜在購買力を意味した。

この農民に手を伸ばすには、新しい流通チャネルが必要だった。彼らのニーズと欲求に応える製品が必要だった。安い値段で、しかも安定的かつ大量に供給することが必要だった。

彼らは、信頼できる正直な売り手を求めている。彼らは、地理的に隔離されているため、購入前に商品を調べることも、だまされたときに訴えることもできなかったからである。

したがってシアーズは、農民相手の事業を開始するにあたって、顧客と市場、とくに農民にとって価値あるものとは何かを分析しておく必要があつた。そのうえさらに、五つの領域においてイノベーションを行わなければならないかつた。

第一に、まさに質、量、価格において、農民のニーズに応える商品のメーカーを見つけ、育てるための体系的な商品開発が必要だった。

第二に、大都市に買物に行けない農民のための通信販売のカタログが必要だった。お買い得商品

第4章——シアーズ物語

事業をいかにマネジメントするかは、あまりに重大な問題であつて、文献も大量に出ていてよいはずである。しかし実際には、ほとんどない。

生産やマーケティング、財務や技術、人事や広報など、事業における諸々の機能のマネジメントについての文献は、数千はなくとも数百は出ている。

しかし、事業のマネジメントとは何か、事業のマネジメントには何が必要か、機関としてのマネジメントは何を行うべきか、マネジメントをいかに行うべきかなどの問題は、今日のところ無視されたままである。

そのような手抜きは偶然ではない。それは、企業に関するまともな経済理論がないからである。しかし本書では、そのような理論化に入る前に、現実の企業の活動と行動を観察する。

事業とは何か、事業のマネジメントとは何かを知るうえで、アメリカで最も成功している企業の一

つ、シアーズ・ローバックに優るものはない。

今世紀の初め、シアーズは、アメリカの農民が孤立した独自の市場を形成しているとの認識から事業を成立させた。

当時の農民は、既存の流通チャネルでは到達できないという意味で、孤立した市場だった。また、いくつかの重要な点で都市の消費者とは異なるニーズをもつという意味で、独自の市場だった。農民一人ひとりの購買力は小さくとも、全体としては、いまだ手のつけられていない膨大な潜在購買力を意味した。

この農民に手を伸ばすには、新しい流通チャネルが必要だった。彼らのニーズと欲求に応える製品が必要だった。安い値段で、しかも安定的かつ大量に供給することが必要だった。

彼らは、信頼できる正直な売り手を求めている。彼らは、地理的に隔離されているため、購入前に商品を調べることも、だまされたときに訴えることもできなかったからである。

したがってシアーズは、農民相手の事業を開始するにあたって、顧客と市場、とくに農民にとって価値あるものとは何かを分析しておく必要があつた。そのうえさらに、五つの領域においてイノベーションを行わなければならないかつた。

第一に、まさに質、量、価格において、農民のニーズに応える商品のメーカーを見つけ、育てるための体系的な商品開発が必要だった。

第二に、大都市に買い物に行けない農民のための通信販売のカタログが必要だった。お買い得商品