

ぶんだ会計通信

■ 自らの価値観(≒美意識)で未来を描く ■

3 & 4月号では、バックキャスト（逆算）方式で未来をプランニングしていく『経営デザインシート』を取り上げました。中小企業の場合、“こうありたい未来”は、会社のトップである社長の「価値観」で決まるといっても過言ではありません。今回号では、その「価値観」にフォーカスしてみます。自分自身の“本当のやりがい”とは何か・・・を一度、考えてみませんか^^？

令和4年

5&6月号

No.63



経営を、自らの価値観をもとにデザインする (Part.2)

—価値観の構造から、本当の“やりがい”を見つける—

① 「やりがい」≒自己の価値観

前回号では、内閣府からリリースされている『経営デザインシート』を取り上げ、**自らの存在意義を定め、経営者自身の将来のありたい姿や創り出したい価値をハッキリしていく**ことが大切ですね！というテーマをお送りしました。

大きな組織として最高のパフォーマンスが求められる大企業と異なり、中小企業では、経営トップの「価値観」がやはり会社の存在意義に大きく影響されるのではないかと思います。

しかし、「価値観」と一言でいっても、かなり抽象的な概念です。そこで、今回号では、「価値観」を類型化し、“やりがい”の構造をひも解いてみます。**“やりがい”とは自分自身の価値観への誠実さを表したものの。自分の心の中に最も誠実で正直な部分と向き合う**ことが今回のテーマです。

② 「価値」（もののねうち）と「価値観」（もののみかた）

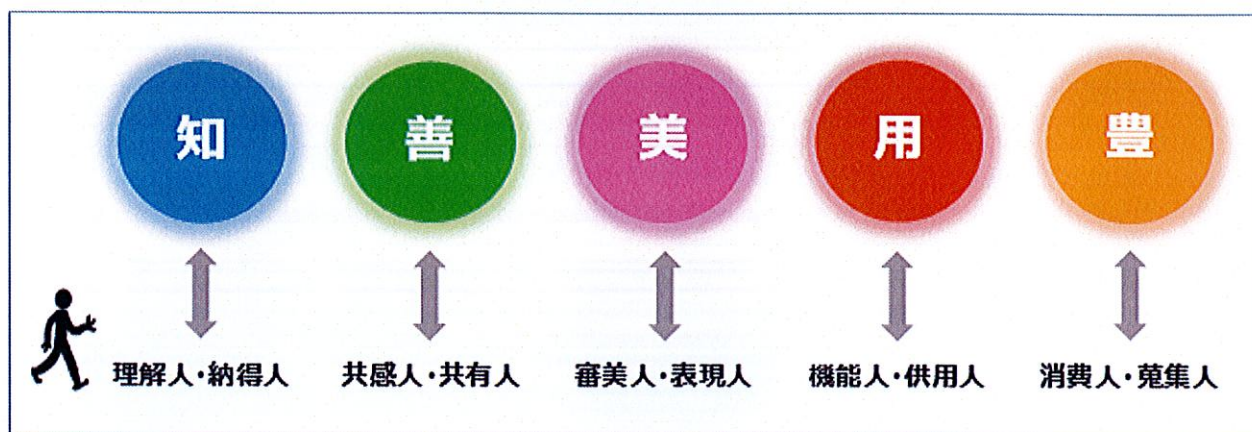
西岡文彦氏（日本古来の版画技法「^{かっぱすり}谷羽摺」の継承者で、現在は多摩美術大学教授）は、1987年出版の『「やりがい」の構造』という著書で、自分的価値の発見&実現術を探求し、提示しました。

著書のなかで、価値観の類型として、まず**A.価値（もののねうち）**と**B.価値観（もののみかた）**に分け、それぞれを5つに分類しています。

Aは、「ねうち」の分類として、「知」「善」「美」「用」「豊」に分け、Bは、価値観の持ち主（人）の類型として、①理解人・納得人②共感人・共有人③審美人・表現人④機能人・供用人⑤消費（所有）人・蒐集（収集）人 に分けています。

Aでは、美意識として代表的なものに「真・善・美」がありましたが、より具体化させて5分類としています。また、Bは、自分の最も当てはまる（共感できる）タイプを探し、自分の価値観の方向性を見つけるための分類です。

そして、両者は、おおむね次のように関係づけられます。



③ 「価値」（もののねうち）の5兄弟とは？

上図のカラーで囲った価値（もののねうち）の5兄弟「知」「善」「美」「用」「豊」とは、どのような内容なのでしょう。

まず、「知」は、真理や厳密な論理を表すのではなく、私たちが日常のレベルで考え得る知識、いわゆる**知的好奇心**を意味します。また、「善」は、**人間の良心の発露**を表し、「美」は**人間の創造性と想像力の対象としての“美”**であり、複雑な哲学を意味するわけではありません。そして、「用」は、世のため人のために**“役に立つ”（実用的）**という価値であり、「豊」は、**物心両面での豊かさ**を意味し、量がもたらす現実的な価値を表します。

後者の「用」「豊」「美」は、衣食住という**現実的・具体的生活部分の側面**が強く、前者の「知」「善」「美」は**精神的・抽象的な側面**が強いものになります。（「美」は現実性と精神性の両者を持ち合わせ他の4兄弟を普遍的にカバーします）。

④ 「価値観」（もののみかた）～“自分軸”の方向性

次は価値5兄弟について、それぞれどんなタイプの人間が持ち合わせているのかの分類です。著者は5タイプの間人像に分けて具体的な人物の事例を挙げ、最も共感するタイプから自分の価値観を確認してみる、という流れになっています（書籍で挙げられている人物事例は紙面上割愛しますが、最終ページに人物名の一部を記載しましたので、気になる人物がいまいたらネット検索してみてください）。

《5つの価値観類型（人物タイプ）》

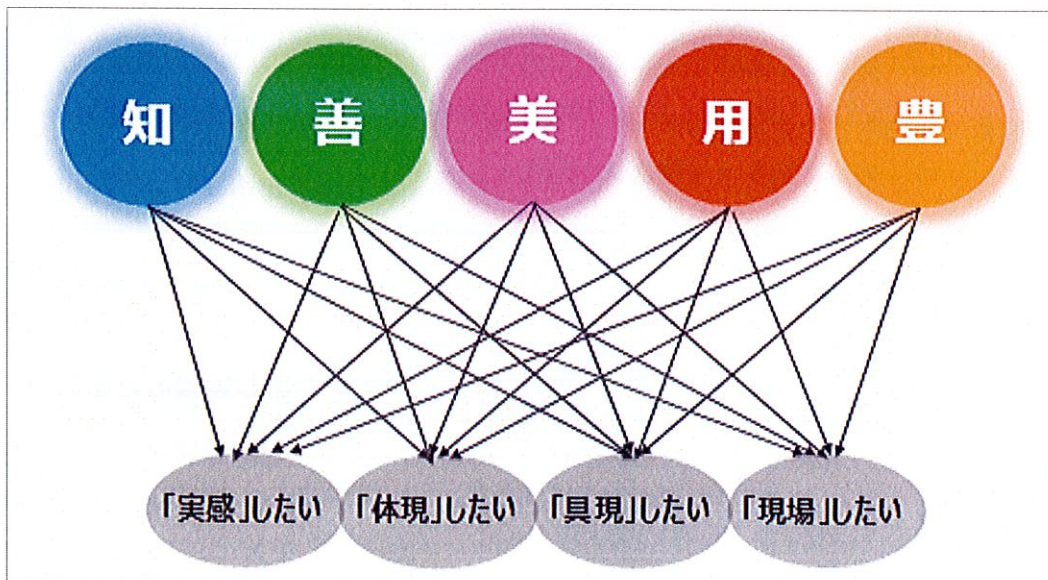
- ①理解人・納得人・・・知ること・学ぶことへの欲求を衝動としても持ち、知識や情報を理解することに価値を見出す。
- ②共感人・共有人・・・他者の苦楽に共感し、幸福を共有することを内なる使命として価値を見出す。
- ③審美人・表現人・・・美に触れ、味わうこと、創造することに価値を見出す。美の対象は、あるがままの自然や磨き込まれた芸術品など。
- ④機能人・供用人・・・他者への役立ちのため、機能を追求したり道具や手法などを駆使して他者に供用（提供）することに価値を見出す。
- ⑤消費人・蒐集人・・・情報やモノの消費・蒐集によって、それらが作る世界観を享受し、意味や理（ことわり）を見出すことに価値を置く。

あれ？自分は上記のいずれも何となく当てはまるかな？と感じるかもしれません。経営者であれば、「世の中に役立ちたい！会社を豊かにしたい！」と誰もが願うはずです。

けれど、上記①～⑤のうち最も共感できる価値観を自分の“中心軸”に据えて、それを軸に周囲へ他の価値も拡げていけると、“自分らしいやりがい”を感じながら経営を楽しめるかもしれません。

⑤ 価値実現への“仕上がり”イメージ

自分の“軸”となる価値観の方向性が見えてきたら、次はそれをどのように実現していくか、がテーマです。その実現の仕方には4つのひな型があり、それが“実現”の4モデル《実感・体現・具現・現場》です。先述の価値5兄弟と掛け合わせると、**5×4モデル=20通りの価値実現メニュー**が出来上がります。



《価値観実現の4モデル》

- ①実感（したい）・・・思索、研究、瞑想等、何かを心で感じ、魂の部分で触れること
＜精神的自己実現＞
- ②体現（したい）・・・行為、訓練、実演等、何かを身体的に実現すること
＜身体的自己実現＞
- ③具現（したい）・・・作品、道具等、何かを「プロダクト」として物理的に表現すること
＜物理的自己実現＞
- ④現場（したい）・・・空間、施設、ワークショップ等、空間的な「場」を創り上げること
＜空間的自己実現＞

上記の4つはいずれも「行動」がベースになっています。紙面の都合上、各ケースワークは残念ながら省略しましたが、今後、ブログなどを通じてケースワークを紹介していこうと思っています。

なお、事業承継の場でも、先代と後継者の価値観が同一とは限りません。経営理念そのものを変えなくても、**後継者自身の価値観を反映した経営ビジョン**を理念の下に据えて経営を展開しても楽しいですね！



※書籍で挙げられている人物事例（一部、権田の私見あり）

- ・長澤信子（専業主婦から日中国交回復時の中国語通訳ガイドへ）
⇒「知」×「理解人・納得人→機能人・供用人」の「体現」型
- ・小栗虫太郎（『黒死館殺人事件』等の推理小説作家）
⇒「豊」×「消費人・蒐集人」の「実感」型
- ・神谷美恵子（ハンセン病と向き合った精神科医）
⇒「善」×「共感人・共有人」の「体現」型
- ・川喜多二郎（KJ法の発案者）
⇒「用」×「機能人・供用人」の「具現」型
- ・パウル・クレー（近代芸術家）
⇒「美」×「審美人・表現人」の「具現」型
- ・秋岡芳夫（「暮らしのためのデザイン」を提唱した工業デザイナー）
⇒「美」「用」×「審美人・機能人」×「現場」型

他



＜参考文献＞西岡文彦著『「やりがい」の構造』、JICC出版局、1987年

◎当事務所では、MFIツールを始め、アイデア出し実践のためのサポートを行っています。お気軽にお声かけください。



発行元：

権田公認会計士・税理士事務所
〒373-0853 群馬県太田市浜町3-6
太田商工会議所会館4階



TEL：0276-49-5575
FAX：0276-49-5576
携帯：090-3543-7314
Eメール：t-gonda@tkcnf.or.jp
HP：http://gonda-office.com/

※無断転載はご遠慮ください。