

卷頭言

松 枝 迪 夫

「本間様には及びもないが、せめてなりたや殿様に」とその財力と声望を謳われた山形県酒田の本間家は、元禄二年に港町酒田に初めて「越後屋」という看板を掲げた。元禄時代に画期的な現金売の手法で流通革命を起こした三越デパート、三井財閥の祖三井高利は「越後屋」の看板で呉服屋を江戸に開いた。この越後屋は越後（今の新潟）を地場とした商人ではないが、いずれも酒田とか伊勢松坂とか地方出身の卓越した経営者である。江戸から明治となり平成へと連なる過程で、独創的とされる経営者はすべて地方出身者であるといつてよい。

これは現代の我々にとって、よくよく考えてみなければならぬことである。経営の分野と限らず、今や情報は氾濫し過多の時代であるが、その発信が中央より地方へと流れ、しかも高速度で回転し消滅してしまうのでじっくり熟成する暇がない。国際化という点で見れば、この中央は米国を代表とする西欧先進国にあたり、世界の他の国は無理矢理口を開けさせられ、情報という水を飲込まされているの図である。我が国が「日本的経営」という情報を世界へ発信できたのは素晴らしいことだったが、それは日本がこの経営思想を熟成させる長い時代を背景にもっていたからに他ならない。

大学で経営学を研究するにあたって、眼を中央（東京と欧米）にばかり注ぐのではなく、地方（越後など）他の諸外国へも注ぎ、情報の発信、受信のみでなく、その熟成を計らねばならないと思う。独創的な思想は一朝一夕に生まれるものでないことを銘記し、ここ平塚の地が偉大なる地方の情報発信基地たらんことを期待するものである。

（まつえだ・みちお／教授）