



日本経済は、国際化、情報化の進展で、変化と競争が激しくなっている。地方経済としては成長の機会を得られるものの、弱肉強食という大きな渦に巻き込まれる恐れは多分にあり、極めて厳しく、難しい局面に立たされている。そうした中で生活者の意識も大きく変化しつつあるわけで、地方企業にとっては、ものをつくったり、ものを売るという立場でも、この環境変化を心得た事業活動に迫られ、事あるごとに「創造性・創造力の発揮」が指摘されている。しからば、その創造力とは何なのか、どうしたらそれが備わるのだろうか。

## 問題意識こそ「創造性」の根源 時代・業界の先行きを考えよう

大量生産、大量消費の時代と違って、商品を買うとき、同じ価格なら、あるいは少々高くとも、機能やデザインの秀でたものを選択したり、生活者のこだわりが左右することが多くなっている。そうした変化への対応策として指摘されるのが「創造力」という言葉である。しかし「創造性・創造力の発揮」と言われても、あまりにも抽象的すぎて理解しにくい。そこで少しでもわかりやすく、ひと口で言うと、問題意識を持つということが根源にあるということである。

人間の創造力は、極く稀な天才を除けば、多少の個人差はあっても誰にでもあるものであろう。問題は、その能力を絶えず刺激して訓練しているか、放置して退化させているかの差にあるのではなかろうか。世の成功者の話を聞くと、技術者であれ、事業家であれ、すぐれたアイデア、あるいは発見というものは、すべて「執念の産物」である—と一言している。執念とは「思い詰める」ということである。思い詰め、考えあぐねた挙句に半狂乱状態になったときスーッと浮かんできたり、事物や現象を良く観察し、人の話を良く聞きそして考えることによって生まれるという。

と、なれば、私たちは、心がけ次第では、誰をも持ち得ない創造性を養い、創造力を発揮する可能性を秘めているということになる。

なぜ、自分のつくったものが不人気なのか、最近、良く売れている製品は、なぜ売れているのか、これからのトレンドは何なのか、生活者はいま何を求めているのか。現状に満足するのではなく、絶えず疑問を抱きながら、その改善に忍耐強く努力する意欲を持ち続けることが肝要である。それが問題意識ということであろう。

筆者が、新聞記者になったとき、先輩から「問題意識を持たない記者はクリープの入らないコーヒーみたい」と言われたものだ。その後、イギリスの社会福祉政策のスタートとなったと言われる「美衣につつまれた捨子」伝説を聞いた。1930年代イギリスの新聞社のデスクだったバラード・スミスが出社したところ、明日の朝刊のニュースが何もない—という。白い新聞では売り物にならない。そこでしばし考えて「今日の夕刊を全部買ってくれ」と命じ、彼はそのすべてに目を通し、ある記事に赤鉛筆で太く丸をつけた。それは「美衣につつまれた捨子」というベタ記事だった。彼は手の空いている部員を総動員し、この記事の再取材を命じた。Aはこの捨子の発見者のところ、Bは届出を受けた警察官、Cは捨子の収容施設、Dは市役所へ—とそれぞれ繰り返し、それらのレポートを見ながら全一頁を「捨子物語」で飾ったのである。翌日の紙面の反響はたいへんなもので、以来、新聞の「ニュースの背景」という形式が生まれ、イギリスは社会福祉、社会事業に力を入れはじめたという。

## 自らの発展を阻害する現状肯定 「WHY」の心抱き自らを問い続けよう

これは何も新聞社のことだけではない。どんな事業活動でも「世の中の変化と自分との関わり」そして、その背景にあるものを考えながら、その対応策を考える上で参考になることであろう。つまり「問題意識」とは大仰なことではなく、常に「WHY」の気持ちを抱き、自分に問い続けていくことである。そしてそれが、創造性・創造力の発揮につながるということである。

中国古典「易経」に「窮すれば通ず」という言葉がある。これは「物事が最悪の状態にまでなってしまうと、不思議なことにひと筋の道が開かれてくる」だから必死で打開策を考えなければならないということだろう。そして「もしも活路を見つけれないとしたら、まだ、とことん窮してはいないかもしれない」ということにもなる。いま窮しているならば、その原因について「WHY」に基づいて、よく考え抜く必要があるし、いま窮していなくとも、窮することを恐れてはならないという教訓だろう。同じ中国の荘周の「荘子」では「窮するもまた楽しみ通ずるまた楽しむ」という。窮したときにその状態を楽しみ、笑えるほどの大人にならなくともいい、「WHY」を忘れず、自らの事業活動の成長と生活者への奉仕の精神を心懸けたい。