

# 儲けや効率重視のビジネスに あなたは満足してますか？

——「ビジネスを営む者として、どう生きていくのか」を考えよ

今回のゲストはオラクルひと・しくみ研究所代表取締役の小阪裕司氏です。自ら「エバンジェリスト」と名乗り、ビジネスとは世の中への伝道活動だと考える氏が提唱する、〈感性の商売〉の仕組みについてお話を伺います。

聞き手／山口哲史（株）プロアクティブ代表

オラクルひと・しくみ研究所代表取締役

## 小阪裕司

先見  
トップ・インタビュー  
**TOP**  
先見  
interview

Photo/遠藤直次





## ビジネスを通じて 〈伝道活動〉を行う

山口 小阪さんとの出会いは1998年ごろでしょうか。

小阪 出会ってもう8年ぐらいいなりますね。私が97年に初めて著書を出して、まだ間もないころでした。

山口 「ワクワクするビジネスに『不況』はない」(ヴォイス刊)という〈名著〉でしたね。それを読んで、深い信念を持った人がいるなど。小阪 その書籍がご縁で、私のビジネスセミナーに、山口さんが参加されたのが始まりでした。

山口 はい。しかし、当時から現在まで、小阪さんのビジネスへの考え方は終始一貫、変わりませんよね。

小阪 私にとってのビジネスとは、当時からお金儲けのためというよりは、世の中に広めたいことがあってやっているものであり、これを〈伝道活動〉と呼んでいます。

山口 お会いしたときから、小阪さんの肩書きは「エバンジェリスト

(伝道師)」でしたから(笑)。

小阪 しかし現実には、誰かがつくってくれた市場で、参入タイミングを狙って、要領よく儲けるビジネスも存在します。同じようにビジネスをやっている、前者と後者とではスタンスがまったく異なるはずですよ。

山口 確かに、全然違います。

小阪 よく皆さんに誤解されるので

すが、私はコンサルタントではありません。伝道師であり、ビジネスパートナーが集う会の主宰者です。この会には、全国に同じ「ビジネススタイル」を実践する仲間たちがいる。よく「ビジネスモデル」という言葉を耳にしますが、私の定義では「儲け方の形」という意味です。しかし、ビジネスモデル以上に大事なものは、ビジネススタイルの方であり、これは「儲け方の形を含んだ生き方の形」。

すなわち、ビジネスを営む者として、どう生きていくのかという概念です。ところが、経営者がこのビジネススタイルを意識しないがために、近年さまざまな社会問題を生み出しているようにみえます。

山口 「ヒルズ族」やホリエモンの事件などでその辺りを考えない、マスコミが騒ぎ立てましたね。

小阪 風潮として、ビジネスモデルにだけ志向がいき過ぎて、より儲け

ることばかりを皆が考えています。ですが、それに対して問題があると端的に主張したいのではありません。「利益の最大目的が利益」ということが強過ぎると、〈暴走〉の始まる可能性があることを指摘したいのです。

また一方で、儲けや効率を優先したビジネススタイルを選択してない人も多くいます。

私の知っている、あられ屋さんを例にしましょう。店主は、日本の伝統ともいえる「あられ」を、後世に継承しなければならぬという意識込みで仕事をしています。これは非常にスローなビジネスで、技術を磨き丁寧につくらなければならない。ある意味では、経済合理性や効率を無視することも多々あるはずですよ。

だからこの商売で、「効率や儲けこそすべて」というビジネスモデルを選ぶと、そこに大きなギャップが生じてしまう。

ところが、このたぐいの商売の人は今、「自分のやっているビジネスは、世の中に遅れているのではないのか」とか、「ズレたことをしているのではないのか」と疑問を抱いています。

山口 それはあるでしょうね。「負け組」ではないかという意識とか。

小阪 確かに、デイトレードで、5分で1億円を稼ぐ人もいれば、その

感性の商売は、顧客との人間関係づくりが大切です