

## 共通論題：『企業家の特異条件 — 狂気・異形・才覚』

### 報告1 「大阪企業家ミュージアムの企業家群像」

中牧 弘允 (Hirochika NAKAMAKI)

国立民族学博物館

今から20数年ほど前、文化の両義性や中心・周縁の理論で一世を風靡していた文化人類学の山口昌男氏は、ある出版社の編集者から経営人類学に関する新書本の執筆を打診された。同氏は『経営・狂気・破壊』という本なら書いてもいいと返答し、編集者を辟易させた<sup>(1)</sup>。それから歳月がたち、2004年、週刊誌に連載していた「経営者の精神史」を中心に単行本を出版した。副題は「近代日本を築いた破天荒な実業家たち」とつけられた。破天荒な傑物たちが経営者として近代日本の牽引車となっていたという認識は、まっとうな経営学ではあまり相手にされてこなかったらしい。経営人類学ならそれが可能だと山口氏はかんがえたが、編集者の受け入れるところとはならなかった。日本でその頃、経営人類学という学問名称がつかわれていたことは意外でもあった。経営学のなかで経営人類学を称する研究者は1980年代にも多少存在したが、人類学では1993年から開始された国立民族学博物館の会社文化に関する共同研究のなかから経営人類学がたちあがった経緯があるからである。その共同研究の主要メンバーによびかけ「破天荒な実業家」を「狂気・異形・才覚の企業家」と読み替えたのが今回の企画の趣旨である。狂気は「異常な執着をともなう世界観」、異形は「日常とは異なる風体と行動様式」、才覚は「臨機応変で柔軟な学識・能力」ととりあえず規定したうえで、検討をすすみたい。ねらいは一風変わった企業家の、人物とその生きざまに

注目しようというものである。

最近、やはり人類学者でオセアニアが専門地域の春日直樹氏が「なぜカイシャのお偉方は司馬遼太郎が大好きなのか？」と題した本を出版した。副題は「カイシャ人類学のススメ」と銘打っている。そこでは会社は次のように等式化されている<sup>(2)</sup>。

会社 = [学校 + 軍隊 + 教団

+ 秘密結社▶▶▶▶▶] × カネ儲け

会社は宗教団体のようで、結社に似ていて、軍隊みたいで、学校とも類似していて、「カネ儲け」と掛け合わさっている。企業家とはそうした会社を運営するわけだから、さしずめ会社のn乗かもしれない。そして会社の経営者や管理職は司馬遼太郎をこよなく愛しているのはなぜか。そうした身近な問いから会社の謎にせまろうとしているが、人類学の人類学たる所以は会社を人類史の一産物として、おおきなスケールでとらえなおすことにある<sup>(3)</sup>。

現代日本にも東大文学部宗教学中退のホリエモンこと堀江貴文ライブドア前社長をはじめとする破天荒な企業家がうごめいている。ライブドアは教団にちかいのか、あるいは堀江前社長は詐術をつかう者という意味でトリックスターか、興味ぶかい事例ではある。今回の副題に照らしてみれば、フジテレビ乗っ取り計画はまさに狂気の沙汰であり、ノースーツ・ノーネクタイは異形の姿にはかならず、しかも時間外取引という虚をつく才覚があった。

2001年に大阪商工会議所が設立した大阪企業家ミュージアムに「列聖」されている100名をこえる実業家たちも、おそらく狂気・異形・才覚のエピソードには事欠かない人物群であったにちがいない。現在の展示では人物や会社のスケールのおおきさとは関係なく平等のスペースが当てがわれ、肖像写真つきの解説パネルとガラスケースにおさめられた関連資料で構成されている。沖縄研究をしているある外国人の文化人類学者はこの展示を「位牌棚」にたとえたが、絶妙なポイントをついている。先祖祭祀も結構だが、そうした「聖者」たちを復活させるためには彼・彼女らの特異条件を感動的にえがく「聖者伝」を創作しなければならないだろう。

「聖者」の一人である東洋紡の谷口豊三郎(1901-1994)は日米繊維交渉で苦杯をなめ、国際的相互理解の促進と人間的な交流の積みかさねに資するため谷口工業奨励会四十五周年記念財団をつくり、18の研究部門におよぶ学術支援体制のバトロンとなった。基金をすべてつかいきって使命を終えるという「狂気の沙汰」、数学者や物理学者(のちに経営史学者や民族学者)の若輩と交流する「異形(異業)」の会、少数精鋭・若手研究者・同じ釜の飯をセットにしたシンポジウム運営の「才覚」など、谷口は三つの特異条件をもつ企業家の資格を十分にそなえていた。谷口財団が支援したシンポジウムには世間の光があまり当たらない分野という条件があり、経営史や民族学、文明学がはいっていた。

近鉄のトップ・マネジメントを長年担当した佐伯勇(1903-1989)も「列聖」されている。佐伯は谷口豊三郎とともに大阪ミナミの料亭・大和屋をささえた旦那衆の一人である。日本民俗学の神崎宣武がすぐれた評伝を書いているが、それを参考にすると以下のようなことが指摘できる<sup>(4)</sup>。狂気にちかい側面としては「独裁はするが独断はしない」という経営手法、強面が鎧を着たようなところがあると形容される異形の風貌、そして「近鉄中興の祖」というたかい評価を得た才覚である。

大阪企業家ミュージアムには「先祖棚」のほ

かに、企業家デジタルアーカイブ、企業家ライブラリー、関西企業家映像ライブラリーといった展示・資料コーナーがある。そこから二人の企業家を取りあげてみたい。ひとは三代目小林林之助であり、もうひとは葛西健蔵である。

三代目小林林之助(1861-1935)は粟おこしや岩おこしの製造元あみだ池大黒の三代目である。床の間に刀をおき切腹の覚悟で恩賜の菓子を製造した「狂気」は「皇居に足を向けて寝ない」という律儀さをあわせもっていた。皇陵巡拝を関西で実現させたのも三代目である。商人が武家の倫理に生きるということが「異形」にあたり、明治以降、国民に武家の倫理や生活規範が浸透していった「サムライゼーション」<sup>(5)</sup>を典型的に体現していた人物といえる。「才覚」の点では機械化による大量生産に適応し、納期厳守をモットーとしていたことが特筆される。打ち出の小槌の景品を考案したり、ピーナツ入りの粟おこしを発売しだしたりもした。ちなみに二代目は大黒様の収集で趣味と実益の双方をめざし、それが今では3500点ほどのコレクションになっている。

葛西健蔵はアプリカの経営トップで、大陸からの引き揚げ後、1947年から乳母車の製造を開始する。「となりの家の子どもを抱いて死ぬ覚悟」や「純愛革命=自己を捨てる覚悟」を説き、「死んでも社員をまもる」と標榜し、75歳定年の会社を経営するところに「狂気」の片鱗がうかがえる。「子どもを幸福にする社会運動家が企業家になっているだけ」と自己規定しているが、そうであれば企業家は仮の姿、すなわち「異形」にほかならない。手塚治虫の虫プロ倒産時にはその版權を確保したことで知られる。イタリアのジョルダニ社との業務提携や韓国工場の設立には「才覚」が発揮されている。とりわけイタリアの会社と提携し成功させたケースはめずらしい。

以上、5人の企業家を取りあげ狂気・異形・才覚の面から検討をくわえたが、あらためて整理しなおすと、「狂気」を発揮する特異条件とし

ては神・仏・先祖の極端な崇敬心（林），決死の覚悟（葛西），挫折の克服（谷口）などがあげられる。「異形」はやつし，つまり仮の姿（葛西），サムライゼーション（林），料亭文化（谷口，佐伯），聖地巡礼（林）などと関係している。「才覚」としては虚をつく（堀江），失敗から学ぶ（谷口），先見性（小林，佐伯），日本人の苦手な会社と提携する（葛西）点などが指摘された。

### 【注】

- (1) 山口昌男「経営者の精神史－近代日本を築いた破天荒な実業家たち」ダイヤモンド社，2004年，202頁。
- (2) 春日直樹『なぜカイシャのお偉方は司馬遼太郎が大好きなのか？－カイシャ人類学のススメ』小学館，2005，12頁。
- (3) 前掲，16頁。
- (4) 神崎宣武『経営の風土学－佐伯勇の生涯』河出書房新社，1992。
- (5) 職業軍人と行政官僚をかねていた武士団が解体し，武士道や武家文化が消滅の危機に瀕したとき，逆説的にはあるが，サムライの伝統が国民一般の文化としてよみがえった。江戸時代には武士階級だけのものにすぎなかった文化が，広く国民に開かれた文化として日本人の精神的支柱にすえられることになった過程をさして，サムライゼーションとよぶ。たとえば長子相続が明治民法で一般的規範になったこと，主婦が「武家の奥方」になって社会的発言権を喪失していったことなど，そうしたサムライゼーションの事例とかんがえられている。梅棹忠夫『梅棹忠夫著作集』第十二巻，中央公論社，1991年，392-394頁。