

【ATC フィロソフィ③〇】

こんにちは、アークテックコム株式会社で、技術書類の作成と翻訳を行っています豊原 信です。

Tel : 050-6864-6201
Fax : 050-6864-6202
E-mail :
m.toyohara@arcteccom.jp

創意工夫と本質

今月は弊社のフィロソフィー（考え方）の紹介です。

物事の本質を掴まえて知る

本質を求めるには、2つの考え方があります。1つは、因果応報の法則（物理学では因果律と言います。）を活用します。物事の今ある状態は、必ずそうなる原因や条件があります。それをひとつひとつ丁寧にバラシながら見ていきますと、最後に大本の原因が出てきます。それが本質であったり真理であったりします。2つ目は、そのものの持つ価値を分析します。その価値を構成する要素に分解し、個々の要素の持つ価値を更に細かな要素に分解していき、最後の価値要素が、そのものの本質になります。

ひとつの物事の本質を捉え、それを突き詰めていくと、そのものの因果が分かってきます。この関係は不思議なことに、全てではないですが、周辺で起こ

る事象の理屈に通じていきます。実は精魂を打ち込み、あるものを究めた人間の発する言葉は、いささかなりとも真理を突いているため、結果として尊重されるようになります。

大事なことは仕事を好きになり、今日よりは明日、明日よりは明後日と創意工夫を重ねて、それを長年続けることが大切なのです。

知識より体得を重視する

「知っている」ということと「できる」ということはまったく別です。仕事の目的や意義、目標を完璧に達成することを「できる」と言います。知っているだけでは駄目です。このようなことは、あらゆることで起こります。経験に裏打ちされた、つまり体得したことによってしか本物を得ることはできません。

「知識より体得を重視する」とは、人から教えられた知識や、本から得た知識を基に、自ら実践して、身体で得たものを重視

するという意味です。目標を達成しようとする、本には書いていないことがいっぱい出て来ます。自分で考え、経験し、進めていかなければなりません。

理屈を知っているだけで、あたかもできるかの如く思い込むのは、まだ本質が見ていなく、錯覚にすぎないのです。実践を通じて、理論を裏打ちすることが必要です。まさに「鬼に金棒」となります。

これはコンサルタントから経営ノウハウを教わる場合にも言えることです。指導を受けるのであれば、その人にまず実績があるかどうかをみる。きれいなばかり口にする人ではなく、実際にやったことのある人、自分の身体でわかっている人の話を聞くのなら、それはいいことだと思います。

創意工夫は王道です

与えられた仕事を生涯の仕事として一生懸命行うことはとても大切です。その仕事の目的や意義、目標を明確に設

定し、それを完璧に達成するために、一生懸命取り組みながらも、常にこれでいいのか、ということを毎日毎日考え、反省し、そして改善、改良していくことが大切です。決して昨日と同じことを漫然と繰り返してはいけません。

毎日の仕事の中で、「これでいいのか」ということを常に考え、同時に「なぜ」という疑問を持ち、昨日よりは今日、今日よりは明日と、与えられた仕事に対し、改善、改良を考え続けることが創造的な仕事へとつながっていき、目的や意義、目標を完璧に達成することができます。こうしたことの繰り返しによって素晴らしい進歩が遂げられるのです。

中小企業を中堅企業に、さらに大企業に発展していくには、この創意工夫が必須です。

例えば、掃除ひとつを取っても、今日はこっちから掃いてみよう、明日はあっちから掃いてみよう、また、モップを使ってもっときれいにしてみようなどと、いろいろやり方を考えることができます。来る日も来る日もただ同じことを繰り返すのではなく、どうすればもっと効率よく、また効果的に掃除

ができるだろうかと考えて、目的や目標を設定して、あらゆる工夫を凝らすべきです。

創意工夫による 1 日 1 日の変化はわずかなものですが、3 年も続けると、「掃除担当が立派なビル清掃会社を経営できるようになるなんて、どうしたことだろう」と皆が不思議に思うくらい、大きな変化を引き起こすはずです。

今日よりは明日、明日よりは明後日と、常に工夫を凝らしていく、たとえわずかであっても改良改善を続ける、その姿勢こそが「創造的な仕事をする」ということなのです。

毎日の工夫を重ねることによって、すばらしい技術を身につけていくのです。つまり、「こんなことで本当に会社を立派にできるのだろうか」と思えるほどの小さな努力を、時間をかけて続けていくことによって、何年か先には企業の中に技術が蓄積されていくのです。

創意工夫の実践例（3M）

誰もが、価値がないと見向きもしないものに、価値を見出し、創意工夫で世の為人の為になるものを創り出して、事業にすることが、成功する原動力と言えます。

例えば、アメリカに 3M という

会社があります。接着テープ、またはビデオテープなどのブランドで、業績も良い世界的な化学メーカーです。

この 3M の創業者はなかなかのやり手で、さらに会社を大きくしたいと思っているとき、ちょうど友人から「鉱山を買わないか」という話が持ち込まれてきました。質の良い鉱石が出るというので、彼はその鉱山を高いお金を出して買うことにしました。

しかし、実際には採掘後のクズ石でできたボタ山でしかなかったのです。念のためにボタ山の鉱石を専門家に調べてもらっても、「まったく価値がない」と言われ、せっかく貯めた大金を投じたのに、友人にだまされたことに気がつくわけです。ところが、そこからがやはり非凡な人は違います。

ボタ山のクズ石は、ほとんどが石英を主成分としていました。その石英のクズ石の山を見て、彼は「何とかしてこの石を使ってみよう」と考えたのです。

その石をふるいにかけ、細かい粒と粗い粒に分けて、接着剤を塗った紙の上にこぼしてみました。乾燥させると、接着剤が固まって紙に石の粒がくっつきます。それを使って鍋の底をこすってみると、みるみるうちに

きれいになったのです。特に細かい方の粒をくっつけた紙で磨くと、金属が美しく光る。「これは面白い」と商品化することにしました。いわゆる「サンドペーパー（紙やすり）」の誕生です。

ところが、安物の紙を使っていましたから、少し磨けばすぐにボロボロになってしまいます。そこで専門家のところへ相談に行くと、「それならば、耐久性のあるこの紙を使うべきでしょう。接着剤も、このようなものを使うといい」と教えられ、改良改善を試みたのです。

原料も決まり、次には機械を買って、粉碎、ふるい分け、そして接着剤を塗った紙への貼りつけまでできるようになって、ようやく「サンドペーパー」の量産に目途がつかしました。原料の小石を砕いて粒の大きさをふるい分け、粗いものから細かいものまで、彼はさまざまな種類のサンドペーパーをつくって売り出しました。それが大当たりして、飛ぶように売れたのです。

そのうち、「もっと品質のいいものをつくりたい」と思った彼は、あれこれと工夫するようになります。接着剤が弱いと、石の粒が剥離してしまってもううまく磨けない。かといって、接着剤があまりに強くては具合が悪い。一番いいのは、磨きながら石の

粒が程よくはがれ落ちて、常に新しい粒が表面にきているというものです。そのためにはどの接着剤が理想的かということで、彼はまた大学の先生など専門家のところへ行って、接着剤の研究を依頼しました。その一方で、紙の方も、業者に頼りきっていた駄目だと、自分で理想の台紙をつくり始めたのです。

また、接着剤について知識を身につけたものですから、「サンドペーパーだけではなく、接着テープのようなものもつくってみよう。どこにでも貼りつけられるテープがあればきっと便利だろう」と思い、現在我々が使っているような接着テープもつくり始めました。その後、さらに用途を広げ、単に紙を貼り合わせるために使うのではなく、電気コードを巻いたりするのにも非常に便利だということで絶縁テープをつくると、これもまた爆発的に売れる。さらにその次には、医療用のテープまでつくって売り出すようになりました。

やがてエレクトロニクスの発展につれ、テープレコーダーなどの記録媒体として、録音用テープが登場します。この録音用テープは、樹脂製のテープの表面に接着剤を塗り、その上に酸化鉄の粉を塗ったものです。3Mの創始者は、「粉を均一にテープ

に塗ることなら、私の専門だ」と名乗りを上げ、磁気テープの製造にも参入しました。このように、彼は次から次へと自らの技術を応用して多角化を進めていったわけです。

友達にだまされ、廃坑になった鉱山をつかまされたと思ったとき、おそらく彼はガックリとその場に倒れたことでしょう。しかし、そのときに手につかんだ石を見て、何とか応用しようと思った。これをきっかけに、彼は次から次へと工夫を繰り返して、創造的な仕事を行い、今日の3Mという大会社をつくってきたのです。

大発展を遂げた企業のほとんどは、このような経緯をたどっているはずです。決して、初めから特別な技術があったわけではないのです。

※2025 年 09 月号に続きます。

豊原 信