

経営の哲理

「経営の要諦は世のニーズに密着するにある」世の中のニーズとは、人々の様々な欲望が渦を巻き、淘汰されながら、時の流れとなって現れるもので、決して自分を中心に存在するものではない。

世のニーズは我々の回りに無限に存在するにもかかわらず、「自分中心の考え」ではその正体はつかめない。

しかし「経営の要諦は、この変幻するニーズを先取することにある」。

したがって我々は、常に客観に立脚し、如何なる時も平常心を保ち、世の人々の様々な生き様を洞察し、その生き様と現象に学び、その寄ってくる由縁を喝破し、「是々非々の心眼」を養わねばなりません。

人は順風満帆の時、ややもすると己の力の成果の様に錯覚するが、人々の力によって生かされているだけである。

我々は、成功におごることなく、逆境にめげることもなく、常に「是を是とし、非を非として」ただひたすらに「あるべき姿をあるべき姿として」根気よく勇気をもって、世に問うてゆかねばなりません。

我々は常に客観的に自己を探求し、「真に己のあるべき姿」が見えるようになる時、己のあるべき姿を通して「世のあるべき姿」が見えるようになってきます。

その時、我々は「世のニーズ」を見通すことができるのです。

我々は常に「自己本位」の考えを排して、客観的にあらゆる事象の意味を洞察して、「世のあるべき姿」に貢献し続けねばなりません。その成果として我々の経営は大きく開花し、無限の活路を展開するのであります。

経営の姿勢

- (1) 我々は常に自己を研鑽し偏見を打破してあらゆる変化に即応する
- (2) 我々は常に本質を直視し客観に立脚して判断をあやまらない
- (3) 我々は人類的視野に立ち社会のあるべき姿を洞察する
- (4) 我々は宇宙的視野に立ち原理原則を実践する
- (5) 我々は人々による無限の可能性のある人間集団を構築する
- (6) 我々は常に市場を先見し人々のニーズに貢献する
- (7) 我々はこの経営を後世に引き継ぐため人材を育成する

営業の方針

営業戦略の第一義は、「差別化」である事は古今を問いません。

しからばこの「差別化」とは何であり、何によって実現されるのでしょうか。

そもそもすべての人は、意識の強弱はあるが、他の人と自分を比較し、区別する事によって、自分の存在を認識するものであります。

即ち「差別」とは、人間の自己実現の原点であります。

したがって「差別化戦略」は、生産業者や流通業者の営業の手段としてあるのではなく、消費者である人々の「自己実現」の手段として重要なものであります。

即ち優れた商品とは、それを所有し、使用する事で精神的な高揚を触発し、ほころかな自己充実、即ち「アイデンティティ」をもたらすものでなければなりません。

さて、「デザイン」の語義は「印（しるし）をする」に由来し、他と区別し、「差別化」する事を意味します。

したがって、デザインの目的はその物を他の物より優れた物として差別するために、目的を分析して、形を工夫し、素材を吟味し、色や様式を定めて、その物体としての価値を遥かに越えた「内面的価値」を「一目で感じ取れる様に創出す」事であります。

即ち、「優れたデザイン」とは、もの言わぬ物体に自己主張の命を与えて、あきらかに他と差別化して、それを所有し使用する人の知性のシンボルとして、その人のライフスタイルを演出するものであります。

我々はその意味に於いて、人々の居住空間を創造する建設業界に於いて、優れたデザイ

ンとは如何なるデザインをも可能とする、工法と工材を提供します。

そして様々な人々の個性あふれるライフスタイルの実現を支援し、人々の充実した「自

己実現」の人生に貢献します。