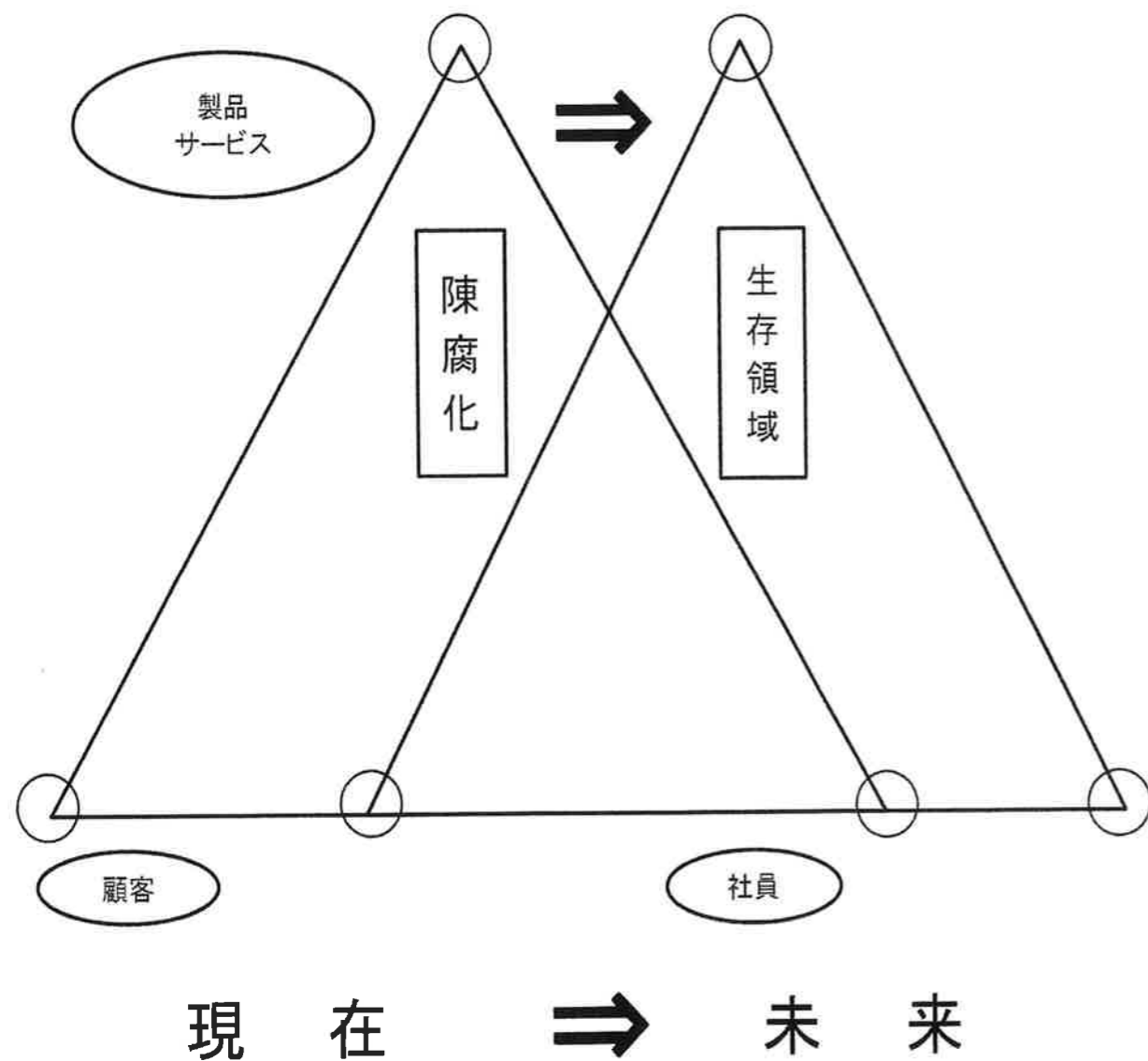


## 生き残る会社とは！

- 変化に対応できる会社 —
- 社員と団結できる会社 —
- 生存領域に向う会社 —



### — 企業生存説 —

『企業繁栄の年数は、30年と言われて久しい。』

これは、能力のある経営者の実働できる時期が、おおむね30才から60才迄の間と思われるからである。その後は、誰かに経営をバトンタッチしなければ企業は衰退の方向へと進み始める。

大企業は、人材が豊富にいて心配ないかもしれないが、中小企業は、人材が少ない、もしくは人材がいないことが、死活問題となってくる。いかに中小企業にとって事業承継が、大きな曲がり角であるかがよくわかる。

また、企業における現状が、優秀な人材がいて、素晴らしい製品であったとしても、いつかは陳腐化してしまう。最近はその製品のライフサイクル（1. 導入期、2. 成長期、3. 成熟期、4. 衰退期）は短いのである。

現代経営学者であるピーター・F・ドラッカーは、企業の目的が「企業利潤極大化」でなく、「企業の生存説」を唱えている。つまり、「企業は、利益を得るために継続するのではなく、継続するために利益を得る。」という考え方である。

企業が生き残り続けるためには、同じ経営者で、同じ製品が生涯続くことはありえないのである。かつ、現代社会では、突如として市場・製品が変化する場合がある。富士フイルム(株)のように、写真フィルムのない時代になっても、大きく生き残っている企業を考えれば、気づかされることもある。

よって、未来永劫継続するには、① 社会の変化に対応できること ② 社員と団結できること ③ 生存領域に向かえることが必要である。