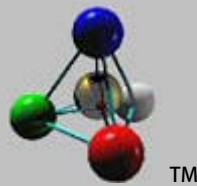


概念デザイン研究所 (R)

Gai nen des ign .co m



Presented by **Conceptual Design Laboratory**

(C)Copyright 1995-1998 all right reserved by Taikoh Yamaguchi

**No download, No utilize please without asking!**

These are all created by Taikoh Yamaguchi

## MC:Multiphase Capital-複合資本

<以下は” 21世紀のビジネスシナリオの改訂版です” >

### **Multiphase Capital(MC)=複合資本**について…

Creamonic Life(CL)とは、経済の” 場” が、複合資本によって成立することであるし、 Creamonic Management(CM)とは、 CLのなかで、複合資本をCREAMONYを駆使しながら増殖していく ことにほかならない。現在、経済資本については先鋭化がすすんでおり。組織形成などの企業内のインフラ構築や、経済資本増殖のプロセス、そのための人材育成や評価 の体系などが高度化されてきている。

このように企業経営は、経済資本の価値体系 によってすべからく、計測し、評価検証することが可能となっている。また、そうす べく Oldパラダイムはうごいてきた。 21世紀に、CLという視点で、CM

がなされるとき、その基盤になるMCについても、経済資本と同様な性格づけが必要なのはいうまでもない。CREAMONYを具体的に促進するためには、MCについてさらに、言及しておく必要がある。MCについては、今後さらに学問的に研究を深める必要がある。経済資本が一朝一夕にできたのではないのと同じように、CLや、CM、文化資本等については、それらを実践しつつも、平行してつねに研究していかなければならないからだ。

とりあえず、本書においては、現況の経済資本の構造をベースとして、MCの構造を仮置きとして提示しておきたい。

MCの詳述は、今後、CREAMONYの具体的展開や、そのための現企業の改革などについてその方向性をあたえるものとなるはずである。図29は、CREAMONYの基盤となり、同時に、CREAMONYが形成していくMCの内部構造である。経済資本についていえることは、その計数や評価、目標などが、次の3点で語れるということである。

すなわち、経済資本では、「売上」、「利益」、「資産」という3つの柱によって、経済資本そのものが把握され、経営活動の詳細な展開も、この3つの視点からほとんどが発せられるといえるだろう。「売上」の概念のなかには、収入と支出の概念が当然ふくまれるように、「売上」、「利益」、「資産」というのは抽象的な大枠ぐみと考えるとよい。

これらは、換言すると、“代謝”、“革新”、“備蓄”といった概念に置きかえることもできる。卑近な例としていうならば、ある個人の生活を測る尺度として、「お仕事は?」、「ご収入は?」、「お貯金と不動産は?」というように経済資本の3柱をつかうということだ。経済資本という先鋭化された切り口だけで、人や企業は測りえないことは、真実なのだが、現状、経済資本のみで企業や人

が認識されているということも事実なのである。具体的にMC=複合資本のそれぞれは次のように仮置きできる。

- ☆ 経済資本の3本柱は、「売上」，「利益」，「資産」
- ☆ 文化資本の3本柱は，「文化空間開発量」，「文化資産開拓量」，「人員×力エネルギー」
- ☆ 社会資本の3本柱は，「コーディネーション力量」，「社会システム創廃力量」，「人脈形成力量」
- ☆ 象徴資本の3本柱は，「情報発信度」，「自己実現度」，「象徴支持度」

経済資本の3本柱については，私たちの生活に浸透しているので，それらが，具体的に金銭的に計量可能であることや，金銭量の多寡によって目標の設定や，結果の評価がなされることについては，ごく自然に実感として得心できるものである。

その他の，資本の柱については，ことばとして聞きなれないこともあるのと，それが概念であることから，即時に受け入れられることはむづかしいといえるかもしれない。MC=複合資本の概念で重要なのは，経済経営にかかわるCMでは，経済資本を包含する，すくなくとも4つの資本による，複相的な構造によって，経営が計量され，評価され，具体的目標設定がなされるということなのである。

さらにひらたくいうならば，現状の，経済資本によって計量され，評価され，目標設定なされている経済経営では，すでに限界が生じてきているということだ。そして，新しい時代にむけて複合的な資本によって，”新しく語れる” CM=Creasonic Managementというものが必要となってきたということなのである。上述のMC=複合資本にもとづくCMは，当然法律的な裏づけが必要となる。つまり，社会技術の一つの構成要素である，法技術を，CREAMONYが調整していかなければならない。このことについては，企業が社

会的に働きかけるのと同時に、公的な取りくみがなされることが必要だ。

ある

意味で、企業運営と社会的な法律は表裏一体ですすむわけであり、法の整備なくしては、単独の企業が孤立的に、MC=複合資本にもとづくCMをすすめることは不可能であろう。ようするに、社会的制度が不備なまま、いきなりバランスシートや損益計算書に、複合資本を計上することはできないのである。したがって、当面とるべき手段として重要なことは、個別の企業が、実際の企業経営において、MC=複合資本、CL、CMという視点を取りいれて、それにもとづく明確な指針や方策を企業内の革新のために設定していくことである。経済経営にかわるCM=Creamonic Managementという概念を、この時季に提案する動機をすこし説明しておきたい。

すでに、歴史が転換し、21世紀はいままでとは様相のかなりことなる時代になることはのべた。新しい時代にむけて、世の中の原動力となっている企業が変容していかなければならないことはいうまでもない。企業変革のための方策をあきらかにしていくことは重要である。

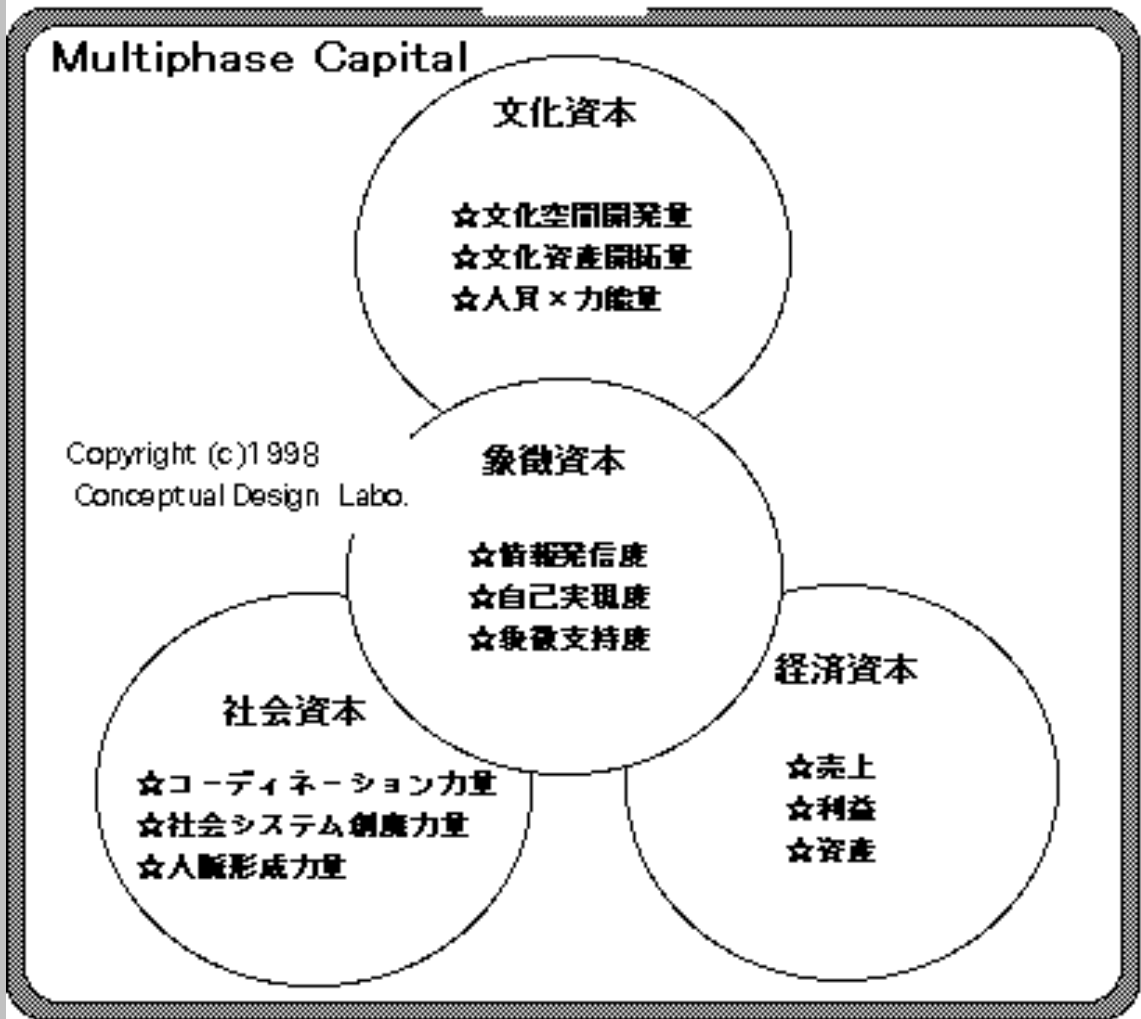
しかし、さらに重要なことは、現状に鑑み、20世紀を名実ともに支えてきた企業群を、消滅させることなくメタモルフォーゼ（変態：幼虫・サナギ・成虫への大変容）させることなのである。現在周辺を見わたせば、著名な企業や優秀であった企業がつぎつぎに倒産をしていく。いつのまにか、店をたたんでしまった小さな商店や、工場を閉鎖した小企業も多い。冷厳な経済資本のルールに照らしあわせれば、「近代」の後しまつ期である現在、これからもさらに多くの企業が、消滅し、打撃をこうむり、大切なものをすてさらねばならないだろう。

こうした状況を手をこまねいて看過できないのが、経営者やビジネスマンの健全精神といえまいか。ところで、話はかわるが、昆虫などがおこなうメタモルフォーゼ（変態）について紹介しておきたい。蝶々や蛾などの幼虫がサナギとなり、やがて成虫へとウ化していく過程をメタモルフォーゼというが、生物学の実験の結果大変興味ぶかいことがある。サナギが成虫になる直前に、その体をメスで切り開いてみると、そこにはまだ成虫の影も形もなく、切り口から、ただドロドロとした液体が流れでるようだ。つまり、メタモルフォーゼの渦中では、将来の姿があらわれる寸前まで、それまで体を構成してきたすべての構造が崩壊し、構成要素が新しい構造にむかって、再構成されるのである。メタモルフォーゼの重要なところは、新しい全体が再構成されること、旧構造を構成していたほとんどの要素があますところなく使われて、新しい構造に活かされること、そして、メタモルフォーゼ前後の、表徴としての形態には、あお虫と蝶々ほどの大きな差があることだ。

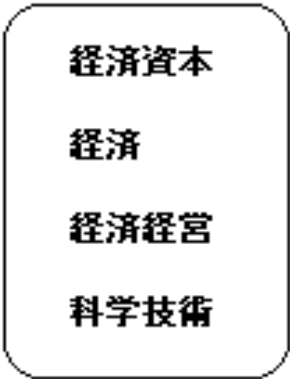
21世紀へむけて、あらゆる企業がメタモルフォーゼしていくことが必要だ。結果として、現存する企業の有形無形の財産や、人材はすべて活かされなければならないだろう。CREAMONYを軸としたCMの概念提示によって、そのための具体的な指標設定と、メタモルフォーゼの手順をあきらかにしていきたいというのが、本書の思いなのである。前述のMC=複合資本において、「文化空間開発量」や、「人員×力エネルギー」,「自己実現度」などの項目は、すべて計量および表記可能なものである。また、これらの量を最終的には、金銭価値に転換できなければならない。現実論としては、現況の経済資本と同様に、MCも、CM総売上や、CM利益、CM資産という金銭的収支によって明確化されることになるだろう。

CLやCMにおいて、特徴的なことは、経済資本だけの切り口では企業経営が成立しない場合でも、複合資本の観点では企業経営が成立するということである。文化資本、社会資本、象徴資本を前提にした、Creamonic Managementでは、個々人の力能や空間開発を中心とした商品開発や、創造的であることや、哲学的素養の有無などが大きくクローズアップされることになる。これらは、現代の企業運営上も重要であるにはちがいないが、それがCMでは、明確に表出し、計量、評価されるということなのである。ネガティブないいかたをするならば、現状の先鋭化された経済経営では、「売上」，「利益」，「資産」以外の切り口は、閉塞されていたとしても、企業経営はなりたってきたのである。それがゆきづまりはじめている。CMでは、複合資本のすべての柱が、企業経営にとって必要十分条件になると考えられる。なお、社会資本については、その所在は社会にあるが、ここでいうCMの社会資本とは、社会資本へ企業が関与した結果、創出させることができた社会的資本への関与度を称している。

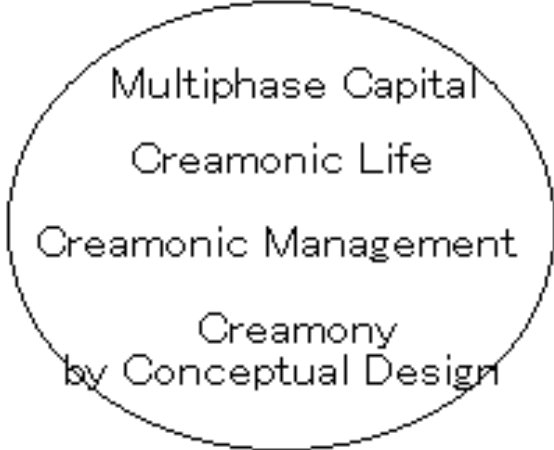
図29



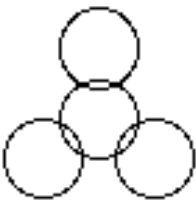
20世紀



21世紀



単一創造



複相創造

◎[概念デザインについてのFAQと解説](#)へはコチラからどうぞ

◎[やさしい”概念”講座…と…商品コンセプト講座](#)へはコチラからどうぞ

◎[コンセプト・メイキングのノウハウ](#)へはコチラからどうぞ

◎[概念デザイン研究所総合パンフレット](#)へはコチラからどうぞ

[21世紀シナリオ… 概念デザイン研究所ホームページ… E-mail](#)