

**勝ち組・負け組**

神戸大学経済経営研究所

助教授 伊藤 宗彦

ここ5年くらいであろうか、“勝ち組・負け組”という言葉が頻繁に聞くようになってい  
る。そもそも日本の産業は“護送船団方式”という言葉が表したように“勝ち組・負け組”  
を作らない仕組みを持っていたはずなのに、いつからパラダイムが変わったのであろう  
か？最も顕著な例の一つは大学入試である。団塊の世代を含め、かつては狭き門と言われ  
た入学競争も少子化の影響により全入学という事態を迎え、まさに大学側からすれば人気  
校という勝ち組に入るか、定員割れという負け組に入るのかという死活問題になっている。  
このような例を見るまでもなく、勝ち負けは競争社会では当たり前の結果として起こる。  
しかし、勝ち負けを白黒として決着するのは日本人の感性にはいささか合わないために、  
さまざまなことが起こってしまう。

官製談合などはこの好例であろう。勝ち組・負け組を作らずに参加メンバー全員が勝ち  
組になりたい。そのための仕組みを必死で考える。このように仕組みを工夫する時間や知  
恵は他社との差別化の労力として使えばもっと安く、良いものができると思うのだが、こ  
ういう世界の人たちはそのような発想を持ち合わせていない。競争のないところにイノベ  
ーションは生まれないという単純な命題が分からないのであろう。やがてこのような仕組  
みは、勝ち組の中でもより上位の勝ち組になりたいという欲望によって内部から崩壊す  
ることは考えればすぐに分かる自明の理であるが、これが分からない。そこで、枠組みを破  
壊するような新たな仕組みを築こうとする反動も出てくる。ライブドアや村上ファンドは  
このような顕著な例である。従来のビジネスからは想像もできないようなスピードで稼ぐ  
仕組みを次々に考え、実行していくバイタリティは、本来、賞賛されてしかるべき面もあ  
るのであろうが、必要以上のパッシングを受けてしまう。要するに、官製談合のような全  
員を勝ち組とすることも、ライブドアや村上ファンドのように、少数を勝ち組とすること  
も、両者ともに体質に合わないのである。結局、勝ち負けが明確にならないグレーゾーン  
にいれば目立たなくて良いという発想が蔓延ってしまう。

かつて松下電器の創業者の松下幸之助は勝ち負けについて、「勝つまで続ければ負けはな  
い」と社員に奮闘を促した。この精神が最も重要なことだと思う。要するに継続と愚直さ  
は日本人の特質であると思う。目先の結果に捕われず高い目標を追い続ける努力こそが重  
要であろう。20世紀後半から始まったデジタル化の波はまだ初期にすぎない。ますます  
波が高くなれば、デジタルの性質のとおり0か1という二分化へ向かうかもしれない。グ

レーゾンが好きな日本人にはアナログの方が性に合うのかもしれない。デジタルの申し子を自認し、ソニーを牽引した出井氏が、その象徴であったウォークマンのデジタル化でアップル社の後塵を拝したのはなんとも皮肉な結果であったが勝負はまだまだ続く。デジタル化社会の中でも、日本人はグレーゾンを探すのがいいのか、勝ち組・負け組を容認する社会へと変貌するのか、大いに議論すべき時代に生きていることを感じている。