

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！” 第138回

---

<タイトル>

「社長の読書」

<本文>

物流会社の社長、特に創業者には、活字の嫌いな社長が多い。自分が教本そのものであり、他人に何と言われようとも、成し遂げられた成功体験。他人から止められてもしっかりこず、自分で実際やってみて失敗を学ぶ。このような考えを持つ創業者が多い。また持ち前の嗅覚、行動力、求心力そして強運によって危機を乗り越え、会社を大きくしてきたという自負がある。

しかし、代が替わり、次世代の社長や経営幹部には多くの読書をしてもらいたい。ネット時代で多くの事を収集できるようになったが、これは所謂「情報」でしかない。特に歴史物語や論語、それから経営者自身が書いた著書には魅力があり、不変の経営哲学のようなものがある。

物流会社の管理職や幹部たちはあまり新聞、雑誌、単行本等の活字に触れる事が少ない。ひとつには車通勤が主であるため、電車通勤のように読書の時間が作れない。また、活字そのものが嫌いであることが挙げられる。活字媒体から学ぶ事の重要性やその習慣を身に付けていないことなどが理由であろう。

弊社の「物流実務カレッジ」の講習で、私はまず「経済新聞を毎日読んでいますか」と必ず尋ねる。それと同様に経営者、経営幹部には「読書をしていますか」と尋ねたい。これには経済雑誌なども含まれる。なぜ読書をお勧めするかというと、視野を広げ、様々な考え方や価値観を理解し、そして逆境を乗り越える人たちの思考パターンを知ってもらうことで「井の中の蛙」にならないようにするためである。書店通いや書籍ネットをチェックすることを日課ならぬ週課にされてはいかがでしょう。