

緑友

No.57

1985年3月30日発行

題字 今井直一筆

第18回 全国印刷緑友会セミナー開催



第18回全国印刷緑友会セミナーは、主管常任幹事会（大阪青年印刷人クラブ）のもと、2月2日（土）、大阪コクサイホテルで開催されました。

全国各地に結成されている29グループの代表200余名の青年印刷人が、商売の街・大阪に集い、浪速を舞台にマルチ人間として活躍されている3人の講師を招き、大阪の文化特質や関西商法などを学びました。

セミナーは、茨城緑友会の城戸憲次氏が開会を宣言、全会員により国歌の斉唱、綱領唱和が行なわれ、竹田光宏会長の開会挨拶は、「エレ

クトロニクス・ニューメディアのハイテク新時代に生きる印刷人が21世紀につながる可能性を求めて北から南までのグループが手を結び合せて友愛の情を育てよう」と訴え、理解を求めました。

セミナーは、5時間にもおよぶロングランとなりましたが、参加者一同、講師の話術に魅了され、角度は変わっても一つの点となる商売への示唆を与えられました。

セミナー終了後、記念撮影、つづいて懇親会が開かれ、情報の交換、親睦を深め、歓談のひと時を過ごし閉会いたしました。



ごあいさつ



全国印刷緑友会会長 竹田 光宏

全国印刷緑友会の皆さん、ようこそ大阪にお集り戴きました。

皆さんにおかれては、ご健勝にて昭和60年のスタートをされ、多方面でご活躍のことと存じます。

さて、昨年のご案内でも申し上げましたとおり、私どもを取りまく環境は内外ともに厳しさをましております。また、本年はニューメディア元年とか、高度情報社会元年とかいわれ、私どもの生活のなかに新情報システムが具体的な姿で入りはじめました。21世紀に向かって、私ども印刷ならびに関連業界からどのように対応し、発展してゆくべきか、これからの時代に責任を負わされる私どもにとっては誠に試練の多い60年代といえましょう。

しかしながら、困難な時代だからと単に手を拱いているだけでは21世紀への発展は望むべくもありません。時代が大きなトレンドのなかにある今、私達は未来を洞察し、困難にチャレンジして、着実に企業の繁栄と業界の発展を図ってゆかなくてはなりません。そのためには先ず自からを活性化させ、強化し、また企業にあっては、変化に柔軟に対応できるよう努力を怠ってはなりません。企業が生きのび、発展をしてゆく第1は着実に利益を上げてゆくことだと思います。

本日は三講師の方々から商売上手といわれる大阪商人の考え方、哲学、生きざまなどをお聞き戴き、自からの企業経営の参考にして戴ければと存じます。また、この機会に全国から集まっておられる緑友会の仲間との交流も一層図って戴き、次なる時代にむかう勇気と連帯の意識を求めて戴きたく存じます。

最後になりましたが、本年に入り当初ご案内致しました講師の方々のご都合が悪くなり、急遽講師の方々の変更となりましたことを深くお詫び申し上げますとともに、緑友の友情でもってお許しを戴ければと存じます。また、大阪青年印刷人クラブの方々のご尽力、ご協力に対しまして心よりお礼申し上げます。



大阪とはどういう都市か!! 大阪の歴史的特質と これからの大阪

雑誌「上方芸能」編集長 木津川 計氏



大阪はコワイところ

大阪という街は、どうも犯罪の街というイメージが強いのではないのでしょうか。現職の警察官が事件を起こしたり、グリコ・森永犯も大阪を舞台に繰り広げてます。つい先日も、山口組4代目の組長が大阪の吹田で射たれまして、日本中を賑わせています。ニュースセンター9時というNHKの番組を見ていると、はじめにグリコ・森永の事件を大阪中継で送りまして、次にいったん政治のニュースになって、舞台は東京に移るんですが、今度また、「広田元警察官のニュースを大阪を中継に伝えます」とアナウンサーが言って大阪にもどって来るんですね。これらのニュースをよくよく考えてみると、広田にしても、山口組の組長にしても、住んでる所は大阪ではないんです。わざわざ大阪までやって来て事件を起こすんですね(笑)。大阪の評価というものは、ああいう事件が起きる度に悪くなるんですよ。

NHKの番組なんか持っている人は、しょっちゅう、送別会を開いたり、開かれたりしています。大阪で仕事をするとなると、同僚や先輩が必ず「大阪はコワイところやから、気づけて仕事やれよな」なんて声をかけられるんだそうです。

大阪の人気は低いか

都市のグレードが高いか低いかの評価基準は、

ふたつあるんです。

ひとつは、その都市の景観がうるおっているかどうか。だから、大阪は人集めに苦勞するんですよ。金沢やどこかで、いろんな大会などを開けば、割と人が集まるんですが、大阪なんかでやると、人集めに苦勞するんです。今日のセミナーも事務局の方は、随分と苦勞されたんじゃないかと、お察し申し上げます。

どうして、大阪の人气が低いのか。京都や奈良は文化的都市ですから、日曜日なんかには、弁当でも持って京都・奈良に行く人はあっても、大阪の御堂筋でも見に行こか、という人はいないでしょう。

各都市できれいな絵ハガキが売られています。大阪は名所が少ないもんですから、非常に困るんです。まさか絵ハガキに裁判所を飾るわけにはいきませんからね。

神戸・大阪・京都のちがい

神戸、大阪、京都のちがいを少し考えてみたいと思います。

京都は守りながら、神戸は埋めながら、大阪は壊しながら、それぞれ都市開発して来ました。神戸のポートピアは典型的な例です。

そして神戸は夕暮れが赤々と燃えながら沈んでいく非常に叙情あふれた街なんです。六甲の中腹あたりから見おろすと神戸の街というのは、ほんとうに夜景がきれいですね。ですから、ファッション雑誌のアンアン・ノンノンが企画に



行に詰まると、神戸特集を組んでしまいます。そして、その企画が良く売れるんです。

港町というのは昔から流行には敏感な街です。神戸は典型的なファッションの街です。女性の5万円のスーツも「神戸で買いました」と言えば10万円に見えちゃうんです。しかし「大阪のドブ池で買いました」なんて言えば1万円のモノぐらいにしか見てくれません。それ程、神戸のファッション感覚には鋭いものがあるんです。

大阪の男性が神戸に遊びに行く時には言うんです。「パリッとキメテいかんと、女の子は見向きもしませんで」と。

神戸がファッションナブルな街なら、京都は、恋の芽をゆっくりと育てるところじゃないでしょうか。恋が愛に変わるのを1年、2年、3年と費やして、自分の気持ちが伝わるのかどうか心配して手間ひまかけて待つというイメージです。

大阪と言うと、今、テレビでパンチでデートという番組やってますね。昔の人気はすごいものでしたが、今あまりはやってません。あの番組というのは、西川きよしや桂三枝というタレントが、仲人みたいや役をして、短時間でお互いの個性、趣味、性格の情報交換して、しかもそれまでは相手の顔も見ることがありません。ひと通りの情報交換が終わったら、カーテンが

開いてはじめて相手と会うわけです。そして、付き合うか、付き合わないかパツときめてしまいます。手間ひまかけないんです。あれが大阪じゃないでしょうか。

大阪のグレードは高い

先ほど大阪はグレードが低いと言いましたが、本当はそうではないんです。

通り過ぎた高度成長の時、つまり1960年から、大阪は高度な都市となり、猛烈人間を求めるようになったんです。四国・九州から多くの人が流れて来ました。あの頃、期待される人間像というのは、大阪の人間やったんやないかと思えます。小説にしても、歌謡曲にしても、テレビも皆、大阪が舞台でした。

頑張る人間、根性ある人間として描かれています。

そして通天閣というのは根性の象徴になっています。

しかし、大阪というところは、今、東京に次ぐ大都市になっておりますけれども、東京と違って、地方の人を暖かく迎え入れる街になっています。江戸というのは一言でいうなら守りかためる將軍家の町ですが、大阪は江戸時代、侍は数百人しかいなかったのです。將軍ばかりが



ケンカをしては、日常の生活が成り立たないという考えなのです。言うなれば、大阪は昔から平和都市だったんです。平和主義者がたくさんいたんです。だから、大阪の兵隊は弱かった。大阪の兵隊は8連隊、9連隊とありましたが、「またも負けたか8連隊、それでは勲賞く(9)れん(連)たい(隊)」と良くいわれたものです。それ程、大阪は平和的でやさしかったんです。

だから、経済の都市を根底に持つようになってから、大阪は大きくゆがめられたとも言えます。大阪の人口は850万人いますが、親切な人、思いやりのある人が一杯いてます。そういう人に皆さんが大阪に来られて出会うことを願います。

国際都市を目指す大阪

大阪はこれから世界に開かれた国際都市を目指して、みんなが努力しようということになりました。

すなわち景観を良くしようということなんです。行政の姿勢にも見られてまいりましたし、文化のストックをこれから構築して行こうという動きが出てまいりました。

大阪城の東に大阪ビジネスパークという新しい副都心ができつつあります。大阪ビジネスパークの周辺には、かつての水の都を再現させようと腐心しております。

やや遅きに失した新しい構築ですが、大阪に夕暮れが戻ってくるような自由空間、歴史館を築いていくようです。どうか皆さんの方でも、これを契機に大阪のイメージを少しずつ変えてもらって頂きたいと思います。

—プロフィール— 木津川 計氏

大阪の文化を掘り耕す情熱の人。大阪文化の振興にかける情熱と執念は強烈で上方芸能を陰に陽に支える活躍。一時低迷が続いていた上方芸能にスポットを当て、今日のブームを作り出してきた代表的人物。上方芸能の保存、復興を訴える雑誌「上方芸能」の編集として活躍すると共に大阪府文化振興協議委員会も兼ねる。“文化の時代”といわれる今日、それを生み出す背景を探りつつ巨大都市大阪の種々相を摘出。(略歴) 昭和10年、高知県生まれ。本名、坂本凡夫。大阪市立大学文学部卒業。昭和43年、上方芸能を発刊。編集長、発行人。関西市民書房代表世話人、上方お笑い大賞、日本放送演芸大賞各審査員。NHKラジオ「新聞を読んで」「ラジオコラム」各レギュラー。上方芸能全般にわたる解説番組「上方芸能かわら版」レギュラー。日本福祉大学、非常勤講師(都市文化論)。





勝負は勝たにゃいかん!!

勝負に勝つための条件と 鶴岡式統率法

NHK野球解説者
南海ホークス(元)監督

鶴岡一人氏



やる気を起こさすには

プロ野球は年間130ゲーム。65試合はホームグラウンドで開かれ、トータル100万人入ります。入場者収入は100万人で10億でいど。その他にラジオやテレビの収入がありますが、チームが弱いと値切られます。

選手の契約は1年、コーチや監督は2・3年。監督やコーチは自分から仮に1年でやめるとすると残りの2年分もらえまへん。だから監督には球団から辞めると宣告されるまで“忍”の字が大切なんですわ(笑)。

毎年、消えていく数だけドラフトなどで新しい選手が入って来ます。良く働く人は儲けますが、監督やコーチは、選手にやる気を起こさせんといかん。中には、選手のやる気をなくすことばかりする監督やコーチがおる。

アメリカでは、聞き耳を持ったオヤジ、優しい看護婦の役割が出来る者、そして、スランプに陥った時に交通整理が出来るのが、名コーチなんです。良いのは良い、悪いのは悪い、とはっきり選手に言ってやらなあきまへん。イエス・ノーはっきりさせる。

根性は年齢によって違って来ます。やる気を起こすきっかけも違うんです。先輩の自叙伝読んだり、話を聴いたり、街を歩いていても、やる気を起こす場合があります。

チームが変わってやる気を起こす者がいます。サラリーマンで言えば転職がきっかけになった

りします。つまり、環境によって変わるということや。

次に、目標がやる気を起こさせる。しかし、己の実力に合わせて目標をつくらなあかん。

チームで言えば、通常は勝率5割は維持すると。相撲なら8番は勝つと、会社で言うと、赤字は出さんと言うことや。チーム勝率が5割ないと選手は頑張らん。エネルギーを来年に蓄えよる。そして仮病を使う奴も出てきよる。

例えばオールスターに登板するピッチャー。相手チームのピッチャーの力量と、自分のチームの打線を考えて、投げる前から、「この試合、5対2で負けるな」と、まるで監督みたいな計算してしまよる。

だから、監督はオールスター前まで5割の勝率がほしいんです。

次に、ライバルによって選手はやる気を出しよる。相手は対等の者か、若干上をいく者がライバルになる。

私が監督の時代は西鉄ライオンズの三原監督がライバルやった。選手時代はおらんかったよ(笑)。すると、技術の進歩がないから当時、タイガースにいた藤村をライバルにして、彼のバッティングを盗み取ったもんや。大阪の商社でもやはり対等か上のレベルを目標にしています。産業界もアメリカを目標にして、今、うまく追いついてます。野球も企業も同んなじや。

次に刺激を与えるものとして、プロの場合は、お金です。球団の偉いさんが観戦に来るから、



優秀なプレーヤーには賞金に10万円、50万円の臨時ボーナス出すことになると、皆やる気を起こす。

また、チーム優勝すると、おかあちゃんも一緒にハワイ旅行の面倒みてやるとなると、やはり頑張りよる。

監督という者は、1年に一度か二度は、必ず辞めようと思うことがあるもんです。そういう時、家庭内にやる気を起こさせるものがあるんです。子供部屋へ行って、かわいい子供の寝顔を見ると、頑張らなあかんと、やる気でまっせ。ただし、小学校の子供まで。中学校以上になるとあかん（笑）。子供は大きな刺激になります。

逆に、やる気をなくさせるのはファンからの電話。試合に負けると必ず、やけくその酒のんで、電話かけてくるファンがおる。ひどいになると、パッシングオーダーまで作って、その通りにやれと言ひよる。私らは、それを総監督と呼んでます（笑）。

有名な選手は、だから隠し電話を持っています。私は、午前中は家にいますが、午後は電話から逃げるために外に出ます。2軍戦を見に行くんです。すると、2軍選手は監督が見に来たというので、やる気を出しよる。それから、難波のさかり場へよく行ったもんです。西部劇を見てくるんです。必ず、最後には悪党が死ぬでしょう。すると、気分がスーッと良くなって、やる気が出てくるんです。

以上もって、根性話は終わり。

野球で言えば、6回裏終わり。

野球も企業もチームワーク

大阪では、企業は人なり、というけれども、野球も一緒。プロ野球の選手には、北海道から沖縄まで全国各地から、個性の強いのが集まる。指導するのに、本当に苦労しまっせ。

世間では、長男と次男を2で割ると、一番理想的な子供になるとか言いますが、野球の世界では入団の交渉に行った時に個性を見抜くんで

ープロフィールー 鶴岡一人氏

日本プロ野球史上に残る名監督。昭和25年の2リーグ分裂後のパリーグは南海の1人舞台で、今日のプロ野球隆盛の立役者として貢献。“グラウンドにはゼニが落ちている。それを拾うか、拾わないかはおまえ達の腕次第や、ゼニのとれる選手になれ!!”の名言はことに有名。チームの内外から“親分”のニックネームで慕われ、厳しさの中にも人情の機微を解した細やかな愛情を注ぎ選手を巧みに統率する指導法と勝つためのチームづくりには定評あり。おなじみのシワガレ声でユーモアタップリに語りかける人生勝負のエピソードと教訓は貴重。厳しい勝負を勝ち抜いて来た人特有の哲学と勝負体験に裏打ちされた知恵の数々は聞く人の心を把え放さない。

（略歴）大正5年、広島呉市に生まれる。小学校時代から野球が好きで広島商業へ進む。法政大学時代は2塁手として活躍、東京大学リーグでは首位打者賞を獲得。昭和14年、法大卒業と同時に南海入団、主将を命ぜられる。選手時代は最高殊勲選手賞3回、本塁打王1回、監督としてはパリーグ優勝12回、日本シリーズ優勝1回の輝かしい記録を残す。現在、NHK野球解説者として活躍。

す。5回ぐらい足を運ぶと、その家庭の大体の雰囲気をつかめるんです。5回も行くと、親しくなって、なんでも話をしてくれます。

そして、入団交渉相手が、高校生なら、学校に行っているような様子を聞いて来るんです。

我々の目と、学校から見た目とが一致すると、契約するんです。

高卒でドラフト1位なら契約金は4千万、大卒なら5千万円というのが相場なんです。2位、3位の差は年々、縮まって来まして2百～3百万円でいどの差です。

野球でも企業でもチームワークが大切だと言われますが、チームワークという語を字引きで調べますと、同じ仕事、競技をすると。一般の人は仲の良いのがチームワークと考えてい



細かいサインは逆効果

るようですが、しかし、仲の良いのが集まるとナアナアになって良くないんです。

各自の任務を果たすのが、一番大切なんです。その役目を果たすために、パーフェクトに少しでも近づくように、日夜訓練しなきゃいかん。

選手を怒る場合、20代、30代、40代の選手をそれぞれ違った方法で叱らなきゃダメです。しかも、時代に即したやり方で。これが、なかなか難しいんですわ。

怒っちゃいけない場合。ちょっとしたエラーはコーチに任すと。手術の必要ある場合は、やはり監督でないとあきまへん。はじめに、選手は頭に血がのぼったり、動揺したりしてますから、血を下げるようにしてやるんです。子供のいる奴には、子供の話をします。いくつになつたんや？ 元気に成長しとるか？ という話をはじめると、段々と自分を取り戻してくる。そして頃合いを見計らって、「今日のプレーは一体なんや。あんなプレーしとったらあかんで」と一気に叱るんです。すると「スイマセン!!」と素直に謝りよる。「よし、また明日から使ってやるから頑張れよ!!」と言うてやったら、「子供のためにも頑張ります!!」と返事しよる。

監督業で大切なのは、やはり選手を平等に扱ってやるということや。

最後に、監督やコーチが出す“サイン”のことについて話をします。

サインというのは、アメリカのドジャーズから、水原さんが日本に輸入して来たもんなんです。盗んで来たものを、日本流にアレンジしたんですね。

我々がサインを作る場合は、一番頭の悪い奴を標準にして考えるんですわ(笑)。それでもなかなか覚えん奴がおります。

選手に覚えさせるのに一番エエ方法は、サインの講習会を開いて、ひと通り教えますと、壇上にひとりずつ立たせて、みんなの前で、どれだけ覚えたかテストするんですわ。つまり恥をかかすんです。そしたら、選手も生半可な気持ちでは聴かんようになります。一生懸命覚えようと努力しよる。しかし、中にはそれでも覚えられん奴もいるんです。だから、一度、いろんなサインをわかりやすく解説したプリントを配ったことがあるんです。そしたら、ひとりの選手がなくなりましたと言うんですわ(笑)。また、始めから作り直しですわ。

最近では、細かいサインが多くなって、ゲーム時間が長くなって来てます。あんまり細かいサインを作りすぎて、覚えにくくさせたりするのも考えもんです。



関西商法に学ぶもの

大阪新聞社取締役編集局長 佐藤一段氏



“二度おいしい”が関西的

関西商法というのは、現実の底に流れる物を考える気質、才覚を働かせる能力があるように思います。

それを近代化させた人物として小林一三さんがおります。阪急グループの創始者。梅田の阪急ターミナルへ行って見て下さい。一番私が好きな風景は、阪急ターミナルの中に川のある街があるんです。元々、地下三階の所に川を流そうという突きな考えの持ち主なんです。今でしたらそういう考えもめずらしくないと思いますが、今から25年も前の話ですから、大変ユニークな考えです。そのユニークな考えを実行するときが、私は関西的だと感心しておるんです。その川のある街の川幅が問題なんです。川幅がかなり広いんです。地下に流すんなら小川でも良いと思うんですが、川幅が狭かったらあかんと言うんです。万がいち、そのアイデアが当たらなかつたら、川幅が狭いと埋めたあと、利用の方法がないと言うんです。広ければ、もう一度、そこに店を出すことができるということなんです。

つまり、“二度おいしい”というのが関西的なんです。非常にメリハリの利いた考え方なんです。

同じような考え方では松下幸之助さんもそうなんです。市電の電線張りを若い時にやってはったんですけど、独立した時にどんな商売始めようかと考えていると、昔の電気のソケットは

ひとつしかつなげないから、ふたまたソケットを作ろうと考えたんですね。

ひとつの物を多角的に利用する考え方が関西的だと思います。

大阪に“食いだおれ”という道頓堀の方で食べもの店があります。表で、動く人形が名物にもなっているんですが、この店で一番おもしろいと思ったのは社長さんと話をした時なんです。2時頃、取材に行ったんですが、「うちは、今ごろの時間はもう“元”は取ってますのや」と言うんです。どういうことかと言うと、全国各地から大阪に観光に来られる方の朝食を全部、自分の店で食わせるんですって。朝の10時ごろまでに、その日の店のコストを全部、朝食でカバーしてしまうんです。だから、後から来た客の代金は皆儲けになるんです。

非常にソロバンの利いた商法をなされてますね。

このような例は、実は大阪にはいたる所にあるんです。

もう一度、阪急の商法の話にもどりますと、大衆の日銭を集めようという考えなんです。パチンコに例をとりますと、やはり一番下の穴に玉が一番よく入りますね。上の方に入ることは、やはり少ないですね。それと同じで、大衆の一番良くあつまる場、つまりターミナルの一番人が集まる所に店を出したんです。昔は店を構えると言えば、心齋橋であるとか堺筋本町であるとか、伝統のある街に店を出したもんなんですが、だから、大阪の商法の原点は大衆に学ぶ、



ということです。

そして、阪急よりもっと現代的になったのが、ダイエーの中内社長なんです。

小林さんと、中内さんの違いは何かと言えば、小林さんはあくまで工夫とアイデアに頼っていましたが、中内さんはそれまでよりも戦闘的になったと思います。社会を改革しようと、当たり前になっていることは当たり前ではなく、俺の考えの方が正しいのではないかと言うんです。

関西商人と言うと、根性だとかガメツイとか、というように表現されていますが、それは昔のテレビに出てくる関西商人であって今はそうではありません。

革命人が多い最近の関西

現在の関西商品の特色は、自分の信念をもって、世の中はどうあるべきなのかを考えて、それを力と知恵でもって強烈に突き進んでいくということだと思います。その代表的人物が中内社長だと思いますが、彼の考えの基本は、消費者を大切にすることです。消費者の立場に立ってみて、世の中のあり方が間違っていると思ったら、自分の企業体を賭けて戦うという精神です。モノの値段を決めるのは、メーカーではなく、お客さんに売る我々の方だということです。これが3年前に起こった、経団連と流通業界のブツかり合いです。結局、中内さんが

経団連の会員になることによって、一応、問題はおさまりましたが。長い間、士農工商という身分秩序がありましたが、中内さんは、工も商も同じ身分だ、いやむしろ、商があるから工が存在できるんだという考え方です。

それから、百貨店法というのがありまして、六大都市においては3,000平方メートル以上の売り場を作る時には、百貨店審議会というのが商工会議所みたいな所で、審議する必要があると、地方都市では1,500平方メートル以上の店を作る時には、そういう所で審議しないとイケないという規則があるんです。

これに対して、中内さんは、3,000平方メートル以下の会社をたくさん作って大きなダイエービルの中に収めてしまったんですね。

関西商法というのは、法律のすき間を縫って、ガメツク商売すると思われるかも知れませんが、やってることは、消費者のため、流通革命のためなんですね。そういう意味で、最近の関西人は革命人が多い、ということをおっしゃいます。

同じような会社例としては、京都のMKタクシーというところがあります。大阪の地裁に提訴していて、勝ったというニュースは皆さんもご存知だと思います。運輸省は、同一地域、同一賃金という行政指導をしていますが、MKタクシーは、それはおかしいと異議申し立てをしたんです。我々よりもっと安い賃金で経営できる



と、そうすれば、タクシーをお客さんはもっと利用してくれて、我々も儲かる、ということなんです。

この例は、正しいと思うことを消費者の味方になって徹底的に追求していくという、大変に前向きな関西商法ですね。

まあいろいろな話を尽きないのですが、今、日本は労働時間の短縮だとか言われておりますけれども、今、女性の方も働く方が増えて、営業マンが10ケンまわったら、9ケンまでいないそうで、夜まわってはじめて会えるという時代になっています。ですから、営業時間を夜の7時、8時まで伸ばそうという動きも一方にはあるんです。

昨年、イギリスのロンドンではクリスマスの日曜日に百貨店は営業したんです。土曜日に銀行はあけたんです。あの労働組合の強いイギリスでも日曜日に営業しているんです。

そして、最近のニューヨークでは百貨店は夜9時半まで営業しているんです。

これは、今、女性が働くようになって、夜の8時、9時でないと買い物が出来ないという時代の流れになっているんです。

労働時間の短縮だとか延長だとかという問題ではないんです。社会の変化に合わそうという業者がどんどん増えて来るんです。

堺屋太一さんがよく言うんですが、戦後の新しい商法は、ほとんど関西から生まれているんです。

例えばビジネスホテル、スーパー、サラ金、百貨店のバーゲン、アルサロ、ヌード喫茶……皆、関西から生まれているんです。

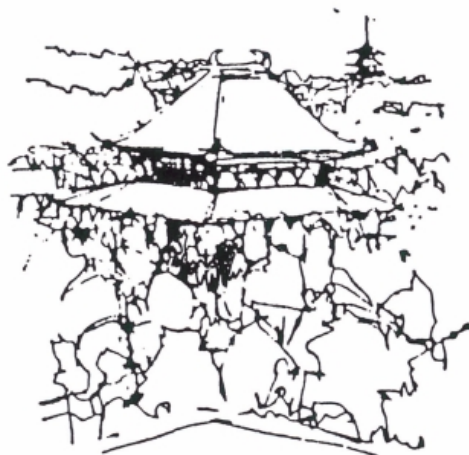
そして、自分の経営に何んらかの形でとり入れているんです。

ですから、今月皆さんが、せっかく関西に来られたんですから、是非、大阪の街を歩いて頂き、関西の商法を盗んで帰って行って頂きたいと思います。

—プロフィール— 佐藤 一段 氏

(略歴) 昭和5年大阪に生まれる、同28年・九州大学法学部卒業、同年・サンケイ新聞社入社、東京・大阪両本社の経済畑に勤務、同49年・大阪本社経済部長に就任、同56年・大阪編集局長次長に就任、同58年・現職に就任。

著書には「ビッグストアーどこが強いか」(日本実業出版社)など、関西テレビ・土曜日深夜・ニュース放談「トーク関西」のレギュラーゲスト、ラジオ大阪・土曜日、午前11時から板東英二氏の「さわやかサンデー」で時事解説などに出演。





全国印刷緑友会機関誌「緑友」第57号

〒466 名古屋市昭和区白金1-11-10

竹田印刷㈱内 TEL 052-871-6351

発行人 竹田光宏（名古屋而立会）

編集人 古賀健一（福岡印刷若葉会）