

MUJIの生き残り「思想」と「言葉」

「役に立つ」が良品計画の戦略である。

生活を感じ良くするに必要で進んでいく結果

無印良品には思想があり、その思想が表れることはその代り、
存在してしまっているものも根源的な理由で。

思想とは、哲学して哲学して浮いた上にあるもの、と考え

思想とは、簡単にうまく言葉にすることが難しい暗黙知

→毎日、お母さんが「無印、何だろう」と考えつづけた結果
として、組織の中に「思想」が明確に存在する。

企業は目的は戦略を遂行すること、その結果が売上や利益
であることは当たり前。

※売上や利益が目的にあり、そしてその社会や会社を動かす

1983年6月、青山で「無印良品」の路面1号店がオープンした。
ファーストレーズは「無印良品」で買った、自慢で言うような
性格の良い品々を、でまうたり山ほど売りました。

同時期に、堤清二郎は「もう一度無印良品を始めるか？」と
いふよりむしろ、その代りいふより、その代り新商品の追加と
行わなくてはいい、と言った。

「コンセプトが曖昧なら無印良品は存在する意味はない」

生活が美しくなるのは、社会はよくある
く経済は目的ではなく手段、目的は感じ良く使うこと

堤清二郎「資本の論理と人間論理」(1986)

「ふんわり」ではなく、「ふんわり」(2003)

理性的な満足感と不満足感にもっていかなく

し、その代り「ふんわり」にもっていかなく

「ふんわり」を創造し、明確で自信に満ちた「ふんわり」を実現する。

「ふんわり」は無印良品？

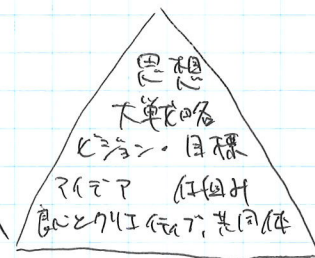
くくくも原点を忘れる、その代り売れどきどきで
最近のトレンドに合わせ、下落したものに落ちる。
勇気と信念を持って「もう一度」にこだわる。

省々、簡素化することの魅力と創造

①商品価値の転換

②省く代り、勝手は優れている

③「ふんわり」は、ビバビバ、から皮膚感覚へ



その代り自分に「ふんわり」

そして「ふんわり」

適正という難問に立ち向かい、進んでいく

会社の構造の一番上には「思想」がある

大戦略の下には「ビジョン・目標」がある

理念を共有する

雑談とは、出合ひで、そして、反応を促すこと

働く人、仕事と変える会社と変える社会と変える