

暑さ寒さも彼岸までと言いますが、まだまだ寒い日が続いていますね。花粉という大敵を除けば、日々軽暖を感じる事ができる季節に移りつつあります。また、茶道（裏千家）を少し嗜んでいましたので、四季の移ろいを先駆けて告げてくれる茶菓子に、桃、菜種、また蓬などが表現されるとき、視覚で楽しみ、口に運ぶときはいつも、心がほっこりとした気持ちになります。

さてお昼休み図書館での本の貸出作業を行っている、特定の生徒はいつも来館してくれるのに、多くの生徒の姿が見られない状況を見ていました。北野高校は北野中学時代も含め、約5万冊の図書が保管されています。多岐の分野にわたる最新の本・雑誌もあります。このようなすばらしい図書館があるのですから、何度も足を運んでくれたら嬉しく思います。

今回紹介する本は図書館にあります。各項目見出しの末尾は、(933/B22/4)など請求番号を掲載しています。

① 「21世紀の資本」 トマ・ピケティ (331/P2/1)

著者は、フランスの経済学者である。彼の調査に基づくと、長期的には資本収益率(γ)は経済成長率(g)よりも大きくなり、資本を有するものに富の集中が起こってしまう。つまり、より優位な資本家に、さらなる豊かさの蓄積が起こってしまうという。その結果富の分配が行われず、偏りが生じ、社会や経済が不安定になってしまう。この格差を是正するための方法として、経済的に豊かな層を対象とした税の導入や強化が必要であると提案している。各々の見解があると思うが、本書は非常に濃厚な一冊となっており、情報量が非常に豊かであり、広範で長期的で比較可能なデータに基づいた答えとなっている。それらのデータをもとに、資本主義とはいったい何なのか、どこに向かおうとしているのかを、ぜひとも本書を読み、彼の考え方に感化されるのもよし、おかしいという点があれば、自分なりに考え、資本主義を深く考えるきっかけとなってほしいと思う。

② 「ダ・ヴィンチ・コード」 ダン・ブラウン (933/B22/4)

イエスには妻がいて、子供が生まれ、今日まで・・・だとしたら。本書はフィクションであり、ストーリーが単純で、題材や発想が非常に面白い作品で、芸術作品、建築、資料、謎の儀式など、キリスト教の歴史や西洋文化に関する記述が本書に登場するので、新鮮な気持ちになる。

ハーバード大学の教授で宗教象徴学を専攻しているバート・ラングトン、今夜会う

予定だったルーヴル美術館の館長ソニエールが殺害されたことを聞き、急行する。ソニエールの死体は、ダ・ヴィンチの有名な素描（ウィトルウィス的人体図）を模した形で横たわっていた。ソニエールの孫娘にして暗号解読官でもあるソフィーは、祖父が自分にしかわからない暗号を残していることに気づき、ラングトンは警察から犯人と疑われるが、彼が犯人でないと確信するソフィーの機知により苦境を脱した。この暗号はキリスト教世界で最も重要なダイニングメッセージとなり、聖遺物（キリストの遺品や関連のもの）である聖杯のありかを示していた。その後、ラングトンたちは聖杯を狙うカトリックの急進派閥オプス・デイから追われ、「最後の晩餐」などに存在する暗号を解き明かし、キリストの真実の姿の謎解きへとつながっていく。

私自身、主人公はオプス・デイの暗殺者であるシラスだと思えるほどである。彼は色素欠乏症の病から不幸な幼少時代を送った。その結果、宗教への病的な帰属を強めたことから始まり、彼の信仰に対しての真摯な振る舞い、アリンガローサ司教の師弟愛、そして清簾な思いを貫いた結果、最後の悲しい結末へとつながる。どうしても悪役なはずなのに、美しき悪者になってしまうのである。

③ 「古地図が語る大災害」 本渡 章 （216/H9/2）

「稲むらの火」をご存知だろうか。村の高台に住む庄屋の五兵衛は 1854 年の安政南海地震津波（最大震度 6~7、マグニチュード 8.4）の際、稲むらに火をつけ、消火のために高台に集まった村人を救うという、五兵衛の機転と犠牲的精神の発揮を説く物語である。

旱魃や蝗害、最近ではテロや環境汚染なども実際の災害だが、本書は古地図を題材とし、地震、津波、大水、そして大火などの災害の四大テーマを対象として、古地図を読み解き、「災害」を考えている。前述の「稲むらの火」に関連して、本書に資料として記載されている、大阪の難波周辺における津波被害を示した大坂大津浪図は、その時描かれた災害図であり、新撰増補大坂大絵図（1696年）や天保新改摂州大阪全図（1837年）と比較すると、湾岸の開発地のほぼ全域、と市中の一部、周辺の村々を合わせた広域が浸水したことがわかる。大水は、享和2年（1802年）の摂河大水害が特筆すべき大洪水として紹介されている。上方一帯に大雨が降り、京都や大坂など広域に大きな被害をもたらした。榎並八箇洪水記に詳述されており、江の子島、九条辺は腰のあたりまで浸水し、舟で往来するようになり、中之島でも各藩の舟入口から水が入って、土佐堀川も堂島川もひとつになり（中之島が水没したとの意）、まるで屋敷が水に浮いているようだと言われている。「田地村々大海のごとくなる図」は、本書の中で最も印象的に残っている絵であり、本当に大阪が大海に家が浮かんでいるように描かれている。

関西中心の資料をもとに執筆されているので、親しみや興味をもちながら読むことができる。私自身、ワクワクしながら古地図の見方や面白さ、また先人の残してくれた大事な災害の足跡を体験することができた。また、災害から復興するヒトの力強さを想像することができ、災害とどう向き合うのかを考えさせてくれる。

SGH はグローバル・リーダー育成に資する教育を通して、社会課題に対する関心と深い教養、コミュニケーション能力、そして問題解決力等の国際的素養を身につけ、将来国際的に活躍できるグローバル・リーダーの育成を図ることを目的としている。北野高校は、「アジアと学びあうー夢を実現する国づくり」という研究開発構想を掲げている。そのため、アジアを知る上で、それぞれの国に対しての経済状況や衛生状況、または技術状況等をまず把握することが大事である。

北野図書館には SGH に関連する図書コーナーがあるのをご存知だろうか。広報、広告、経済、経営などに関わる図書、また東洋経済等の雑誌が並んでおり、アジア探求を行うためのいい材料が揃っているのである。その一部を紹介したい。

④ 「Q & A マーケティングの基本50」 水越 康介 (675/M5/1)

項目のとおり、マーケティングに対する 50 項目の Q&A が記載されているので、いわばマーケティングの入門編になっている。

Q31 の「売れないようにするマーケティングがあるなんて本当ですか？」という質問がある。確かに売買において、売る目的前提で考えてしまうと、過度な需要を抑制する必要も出てくる。たとえば、禁煙キャンペーンや、逆にあえて売り切れにして飢餓感をあおる方法などもあるそうである。顧客のニーズに応えるマーケティングもあれば、それを抑制するデ・マーケティングもあるのである。

1 つの質問に対して、2、3 ページ程度で解説しており、気になる項目から読むことができるので、ぜひ参考にしてほしい。

⑤ 「ビジネスモデル分析術」 望月実 (336/M11/1-1)

本書は代表的な企業間におけるビジネスモデルを数字やストーリーを用いて企業のビジョンと戦略を解析している。たとえば、グーグル vs. ヤフー という記述がある。二社を作った方々は、スタンフォード大学を卒業しているのも興味深い。

Google という社名は 10 の 100 乗を意味するグーゴル (Googol) という数字の単位から取ったといわれている。優れた検索エンジンを使って十分な収益を上げるビジネスモデルであり、ユーザーの利便性を第一に考えたサービスを提供している。一方ヤフーはポータルサイトであり、少ない労力でいろいろな情報にアクセスできるようにしている。企業買収などを通じて魅力のあるコンテンツ作りに力を入れている。数学的な由来を持つグーグルと比べると、ヤフーの生活を豊かにする原動力となってほしいという経営理念は、なんとも生活じみており、家電量販店のようなスローガンである。

グーグルの売上高は 2 兆 9,467 億円で、ヤフーが 3,021 億円とグーグルの売上高は 10 倍近くになる。しかし営業利益率はヤフーが 54.6%、グーグルが 31.0%であり 2 倍近い数字となっている。どちらも収益性の高い企業であるが、ヤフーのほうがグーグルよりも効率よく利益を生み出していることがわかる。

ビジネスモデルの分析では、トップページを比べると、グーグルは 1 秒でも早く検索できるようなデザインになっているが、ヤフーは 1 秒でも長くヤフーのサイトに留める

ようなデザインとなっている。

他にも、経営戦略や損益計算書などの比較もあり、両者の経営スタンスなどが非常にわかりやすく記載されている。その他の企業としては、フェイスブック vs. グリー、アップル vs. ソニー、サムスン vs. パナソニック、そしてアマゾン vs. 楽天が記載されており、誰もが一度は耳にしたことがある企業ばかりなので、読みやすい。

世の中の仕組みを知ることは、将来皆さんが働く際、避けては通れない必須の知識である。技術革新は日々続いている。本書を読み、少しでも企業に興味をもち、ビジネスモデルを多くの皆さんに学んでいただきたい。

⑥ 「ハラルビジネス入門」 アクマル・アブ・ハッサン (588/A3/1)

「ハラル」をご存知だろうか。近年この3文字を目にする機会が多くなった。ハラルとは、

「イスラム教の教義に従っていると判断されるもの」という意味で、イスラム教徒にとって「ハラルである」ことは必須条件である。具体的に、ハラルは、食品や衣料品、または化粧品なども対象となる。食品に関しては、解体処理をする前に血液を抜かなければならない、豚やハラル屠畜されていない牛や鶏などノンハラルなものと一緒に保管や輸送をしてはならない、などの安心・安全が認定されたものである。全世界で16億人以上を数えるイスラム教徒(ムスリム)が存在し、東南アジアの著しい経済成長とともに、300兆円超といわれる巨大な市場まで成長している。つまり、ハラルはイスラム市場の扉を開けるための鍵なのである。著者は、マレーシアの国費留学生として来日し、現在は日本国内でハラル産業を普及活動するための会社を経営している。ハラル対応後進国日本で、政府が掲げている2020年の東京オリンピックに向けての外国人観光客を年間2,000万人まで増やすという方針をクリアするためには、必ずハラルの対応を考えなければならない。このビジネスチャンスはどう展開するのか。また、無形文化遺産に指定された和食を食べてみたい、というイスラム教の方は多く存在するはずであり、それをいかに輸出できるのか。ここにも大きなビジネスチャンスがあると著者は言っている。さらに原材料などの情報が開示されていれば、ハラルマークがついていなくともイスラム教徒は自分で判断することができるので、日本のトレースアビリティシステムを確立することが、イスラム教徒の安心感につながることにすると著者は言っている。

ハラルは全世界で通用する安心・安全の証であり、オールジャパンでハラル対応を取り組み、日本ブランドの付加価値を高めることがとても重要であると考えられる。マレーシアと日本をつなぐハラルビジネスや、B to BからB to Cへのアプローチ、または日本国内において、アプリサービスとして「HALAL NAVI」という、ハラル対応レストランを探すための口コミサイトを作成するなどの話もあるので、ある戦略に対しての多面的なビジネスモデルの例が記載されているなど、おもしろい一冊になっている。