

はじめに

言葉が聖なるパワーを失ってからどれほどの時間が経過したでしょうか。

言葉は本来わたしたちの人生や仕事に大きな影響を与えてきました。

しかし、さまざまな情報が氾濫して伝達手段が多岐にわたることによって、その力は衰えていきました。

ところが昨今、一部の鋭い感性をもつ人々によって、再び「言葉の力」が脚光を浴びつつあります。それが、古典への回帰であり、格言集のブームへと進展していきました。

物語を読むことができなくなったわたしたちは、古典の叡智を格言として読むことで言葉を自分たちのものにしようとしています。P・F・ドラッカー、松下幸之助、ニーチェの空前のブームはそのことを示唆しているように感じま

す。

ただし、このような特定の偉人たちの言葉を読むだけで、わたしたちは「言葉の力」をものにできるのでしようか？ 冷静に考えてみると、かなり偏差な世界観です。ビジネスパーソンの教養としてはあまりに狭すぎるし、わたしたち個人にとってどれほどの影響力があるのかというと、甚だ疑問です。

そこでわたしは、これらの偉人たちが何に影響を受けてきたのか？ という視点と、わたしたちがその格言を利用して「説得力」をもつには何が必要なのか？ という視点を熟考してみました。結論として導いたのは「神様」というコンセプトでした。つまり、「言葉に神性が宿ることによってパワーを生む」と考えたのです。

ビジネスと神様。

これは、ある意味、ビジネス書のタブーへの挑戦です。しかし、読者の方は冷静に考えてみてください。わたしたちは、事あるごとに「祈っている」の

だ、と。仕事を成就するために祈らない人などいません。それは無神論者であろうとも、「それ」に対して祈っているのです。つまり、神様とは言っていないものの、虚空に祈りを捧げているのです。

じつは祈るという行為は、「契約」の始まりであり、「奉仕」の始まりであり、「礼儀」の始まりです。つまり、ビジネスをするための初期条件というのがすべてそろっているのです。では、このようなビジネスの基本となる考え方をわたしたちは知っているのか、または行っているのか、というと、きちんと把握されていません。

ビジネスの世界がグローバル化したなかで、わたしたちの仕事のしかたは否が応でも変わらざるを得ません。そのとき、わたしたちが拠り所とするものは何でしょうか。それは、やはり言葉の力なのです。

仕事の成果は、言葉に支配されています。そして、言葉から出ないものはありません。

言葉を統治できるものが影響力をもつことができる。

このことは本質であり、ビジネスにおいて絶対的な原則にも関わらず、目を背けられてきました。なぜなら、言葉のもつパワーを語る人間がいなかったことや、主にそれは宗教の役割だったからです。

宗教というものの神聖さが薄れ、言葉に魂が宿らなくなった今日では、言葉がたんなる道具となって、ありきたりの情報の一部になってしまいました。言葉の力を信じられなくなったわたしたちは、もはや剣をもたずに戦場で戦う兵士のようなものです。

本書は、世界中から叡智を結集し、ビジネスパーソンが仕事において説得力をもつ言葉を集めてきました。そして、その言葉があなたの剣として、悪いものを除去し、道を開くものとして機能するように三四四句を備えた、「最終兵器」としてここに甦ることになったのです。