

お忙しくても、約 2 分間で読めます

ハートフル・ワート (心からの言葉)

謹賀新年

山内公認会計士事務所

TEL 098-868-6895

FAX 098-863-1495

経営者への活きた言葉

そもそも企業とは何か

(P.F. ドラッカー)

1. 企業の経営陣は近頃では、利害関係者間の均衡ある利益を実現すべき者とはされていない。株主の利益のみを最大化すべき者とされるにいたってしまった。その結果、企業が短期的視点からマネジメントされるようになった。こうして企業が持つ富の増殖能力は傷つけられることになった。得られたものは、一時的な株価の上昇であり、長期的な成果の低迷だ。株価を上げ続けることによって、長期の繁栄を得ることはできない。
2. かつて経営陣とは、ステークホルダー、すなわち多様な当事者間における均衡ある利益の実現を図る者とされた。それがステークホルダー説だった。実はこの認識が正しいのだ。問題は、経営があまりに下手なところにあった。そのため株価が低迷し、買収して分解して売却するという乗っ取りが頻発した。そこで経営陣は、シェアホルダー、すなわち、株主のために働けとするシェアホルダー説が登場した。しかし、会社は株主だけのものであるとする説が成立したことは一度もない。
3. そもそも企業とは、資金の多寡ではなく、働く者の意欲と献身とによって支えられている存在である。

(参考：「週刊ダイヤモンド」2007年9月8日号)

経営者のための営業学

話し手の気力で決まる。

高田 明 (ジャパネットたかた社長)

1. 例えばテレビショッピングで、同じ商品を紹介していても、「売れる」ときと「売れない」ときがあります。両者で一体何が違うのか。それは間違いなく話し手の気力です。本当に不思議なのですが、気力というのは、テレビ画面を通じてでも、出演者の顔から、体から、これでもかと放たれているものなのです。
2. どんな動機でもいいから、まずは自分自身が「どうしてもこれだけ売らなくてはいけない、売りたい」と強く思わなければ気力などわくはずがなく、ましてやお客様に伝わるわけがありません。「お客様は話し手の気力を感じて、初めて商品を買う」。これは、今まで 10 数年間、テレビショッピングで、多くのお客様に商品を紹介してきた私自身の実感です。

(参考：「日経バンチャー」：2007年11月号)

海外事情

中国のサービス化はチャンス

1. 日本の非製造業がグローバル経営を展開するに当たって、アジアは既に戦略的な重要地域であるが、今後はますます、特に中国でのビジネスチャンスが拡大すると考えられる。中国経済の「サービス化」が視野に入りつつあるからだ。中国の国内総生産に占める第二次産業の割合は現在上昇傾向にあるものの、いずれは「サービス化」の過程が始まるだろう。サービス需要も高まると見られるこの時が、日本の非製造業にとって中国での事業を拡大させる大きなチャンスになるはずだ。問題は、それがいつかである。
3. 現在、中国の第二次産業の比率は 5 割近いが、これは 1970 年代前後の日本と同程度だ。一方で 70 年代は、日本経済が「サービス化」の過程に移行した時期でもある。仮に中国の産業構造が日本と似たパターンをたどるとすると、中国経済は今すぐ「サービス化」を始めてもおかしくないことになる。

(参考：「野村週報」2007年11月5日号)

古典に学ぶ

権貴の徳、賢士の徳

「権貴の徳は、賢士に下るに在り。賢士の徳は、権貴に驕るに在り」

(訳) 権者貴人の守る徳は、賢い人から謙虚にその説を聞くにある。賢者のとるべき道は権貴を恐れず、十分に意見をいうにある。

(参考：佐藤一斎「言志四録」：PHP文庫)