

お忙しくても、約 2 分間で読めます

山内公認会計士事務所

ハートフル・ワード (心からの言葉)

TEL 098-868-6895

FAX 098-863-1495

経営者への活きた言葉

サントリーを支える「利益三分主義」

1. 「酒を通して生活文化を売る企業。時にサントリーがこう評されるゆえんは宣伝部と文化・社会貢献活動にある。この二つには過去の遺産が受け継がれている。「伝説の」宣伝部。サントリーの宣伝部にはこんな枕ことばが付くことが多い。かつて芥川賞作家の開高健や直木賞作家の山口瞳などの怪物を輩出し、時に斬新な広告で世間をにぎわしたからだ。
2. 過去の遺産を守り強化に努める宣伝部。加えてサントリーが守り続けるものがもう一つある。「利益三分主義」の創業精神を体現する文化・社会貢献活動だ。利益三分主義は、創業者の鳥井信治郎が唱えたもので、事業で得た利益を「事業への再投資」「取引先へのサービス」「社会貢献」の三分に分配する考え方だ。信治郎は「因果応報」を信じ、日々の生活の中で陰徳を積むことを重視していた。
3. サントリーが文化・社会貢献活動の中でやめたものはない。とりわけ 2 代目社長の佐治敬三時代は文化領域に熱心で、活動の幅が広がった。当時の主力商品はウィスキーやワインなどの洋酒。ビールや清酒が乾杯の主役だったところで、洋酒の販売は簡単ではなかった。だからこそ、美術館やホールを開館して西洋文化を輸入し、洋酒の販売促進に努めたのだ。つまり、文化活動は社会貢献でありながら、本業の延長でもあった。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2017年2月25日号)

新規成長分野

100 円ショップが「おしゃれ系」の代表格に

1. 2 月上旬の午後、首都圏の駅ビルにある 100 円ショップ大手「セリア」の店内は、いつにも増して女性客でにぎわっていた。彼女たちのお目当ては、バレンタインデー用の手作りチョコレートやラッピング用品などの品々だ。主婦や親子連れに交じって小中高生など若い客も目立つ。このように、最近の 100 円ショップはちょっとした工夫で安くかわいいプレゼントが作れる材料の店として重宝されている。女性向けの嗜好性の強い商品が売れ筋となっているのだ。
2. 日用雑貨が主体だったキャンドウも、2013 年ころから「おしゃれ雑貨」を充実させた店舗のリニューアルを実施、停滞していた業績が上向いてきた。とりわけ、女性のバイヤーによる若年女性を狙った商品企画が奏功。ネイル関連やカフェ風の食器・小物が新たな売れ筋に育ってきた。100 円ショップは、単なる安売りから脱し、今や「おしゃれ雑貨店」の代表格となりつつある。

(参考:「週刊東洋経済」:2017年3月4日号)

経営者のための営業学

革新（イノベーション）と差異化

茂木 友三郎（キックマン取締役名誉会長）

1. 需要を創り出すためには何が必要か。革新（イノベーション）と差異化だろう。差異化とは人のまねをしないということだ。ところがバブル崩壊後の「失われた 20 年」で、新しいものを創ってやろうという意欲や挑戦がなくなってしまった。それも生産性が低下している一因と言えるのではないか。
2. 最近では、付加価値の高いものも少しずつ出てきた。その一つが「ユニクロ」のヒートテック（発熱、保湿機能を持つ衣料品）だろう。今や冬のゴルフには欠かせない。このほか炭素繊維やハイブリッド車そして JR 九州の「ななつ星 in 九州」などは付加価値の高い製品やサービスと言えるだろう。

(参考:「日経ビジネス」2017年3月6日号)

古典に学ぶ

礼儀の要諦

(解説) 礼儀の要諦は、私たちが泣く者とともに泣き、喜ぶ者とともに喜ぶことである。このような教訓的な要諦が日常生活のこまごました小さな点にまで至るときは、ほとんど人の注意をひかない。ちょっとした行為として現れる。あるいはもし注意をひくとすれば、在日二十年の宣教師婦人がまえに私に言ったように「おそろしくおかしい」ものとして現れる。

(参考:佐藤全弘(訳)新渡戸稲造「武士道」:教文館)