

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

### 米国型経営の問題点(その 1)

原 丈人 (デフタ・パートナーズ・グループ会長、財務省参与、政府税制調査会、産業構造審議会委員)

1. アメリカ経済が抱える問題点を細かくみていくと、まず、大前提として間違っているのは、「企業は株主のもの」というコーポレート・ガバナンスの考え方である。本来、株式を公開している企業は従業員や顧客、仕入先等を含めた公共的なものであり、決して株主だけのものではない。また、アメリカでは出資した株を株主が長期的に持ち、その成長を見守るという市場の前提が大きく崩れている。株主の多くは短期的に株価を吊り上げて高値で売り抜け、自身の利益を最大化することだけを目的にしている。
2. 「企業は株主のもの」という考え方をつきつめていくと、企業経営の目的が株主にとっての企業価値を上げること、すなわち「株価を上げること」になっていく。エンロンやワールドコムが破綻した最も大きな原因も、短期的に時価総額を上げることが優れた経営だとみなされる風潮が、極限まで強くなったことにある。
3. 時価総額を短期間で増やしたいのならば、たとえば、有力なヘッジファンドに株式を買わせたほうが、他の資金も流れ込んで株価は上がる。あるいはライブドアがやったように、メディア受けする話題を常に提供して期待感を与え、人気のある株に仕立てたほうが効率がよい。しかし、このような手段を用いて、デイトレーダーや投機資金によって引き上げられた企業価値は、実際の会社の実力を表わしていない。加えて、よい製品やサービスを人々に提供するという本来の企業活動は、二の次になってしまうのである。

(参考:「文藝春秋」2007年11月号)

## 経営者のための営業学

### 世界的に関心が高まる日本酒

1. 日本政府は、2004 年から「日本食」の輸出振興策を実施している。その結果、酒類(約 140 億円)が高水準の輸出金額を示している。酒類の輸出金額のうち、日本酒(清酒)が 5 割弱程度を占めているとみられ、このうち、約半分が米国向けである。日本の酒類メーカーの「海外戦略」と「日本食ブーム」の中での海外における「日本の酒」への関心の高まりが、酒類輸出の水準の高さにつながっている。
2. 永年の品質向上への成果を生かし、海外の食品・飲料の審査会への出品を行う日本酒メーカーが増加している。米国で開催される「全米新酒飲評会」では、300 銘柄前後の日本酒が出品されている。世界で最も歴史あるベルギーの「モンドセレクション」では、これまで 30 余りの銘柄が金賞等を受賞している。また、英国で開催される IWC(International Wine Challenge)では、今年から「SAKE」部門が新設され、世界的な日本酒への関心の高さがうかがえる。 (参考:「野村週報」: 2007 年 10 月 8 日号)

## ワンポイント経営アドバイス

### サービスとは何か

1. 生産、SCM(物流)、営業の各部門がヨコ連携で一体となったモノづくりを通じてお客様のコト(うれしい、楽しい、思い出に残る生活シーン)に貢献すること。(キリンビール)
2. お客様の要望の裏にあるニーズをきちんと把握し、それに応える創造的な提案を継続的に行うこと。(東レ)
3. お客様の期待に応え、超えること。(ソニー)
4. お客様のお困りごとを解決すること。(リコー)
5. お客様の求めること、困っていることを掘り起こし、厳しい要求に対しても「NO」ではなく、「YES」で検討し、解決策を提案すること。(村田製作所)

(参考:「週聞東洋経済」2007年8月11・18日号)

## 古典に学ぶ

### 人心を頼め

「器械に頼むこと勿れ。当に人心を頼むべし。衆寡を問うこと勿れ。当に師律を問うべし」  
 (訳) 戦うに武器に頼らず人心の和を頼れ。軍勢の多少を気にせず軍律保持に努めよ。

(参考:佐藤一斎「言志四録」): PHP文庫