

お忙しくても、約 2 分間で読めます

# ハートフル・ワード (心からの言葉)

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

商人の本来の精神が失われている **越智 直正 (タビオ会長)**

1. 父を 15 歳で亡くした私は、中学卒業と同時に、大阪の靴下問屋に奉公に出されました。その後独立し、「靴下屋」などの店舗名で靴下の企画から販売まで手がけ、店舗数も 280 を越えるまで成長できました。靴下は「3 足 1000 円」に代表されるように中国から廉価品がなだれ込んでいます。しかし日本で今、一番欠乏しているのは「高品質の靴下」なんです。私どもは既に英国に 7 店舗出店していますが、2005 年に高級百貨店ハロッズに店を出し、今年 6 月にはパリにも出店しました。いずれの店舗も売上げは順調です。
2. 昔から明らかなことですが、価格競争には底がない。とことん値段は下がっていく。一方、デザインを競う競争にも勝者はない。はやれば必ず廃れる。はやりだけを追いかけていくことはできない。価格競争もデザイン競争も必ず限界が来る。要するに不易流行です。流行と変わってはいけないものがあるわけで、この両方のバランスよく追求する。
3. 最近「術」に走る企業が後を絶ちません。事故米を事故米でないように見せたり、産地を偽装したりする。経営を難しくしているのは、こうした「何とかうまくやろう」と考えるからではないか。しかし柔術が柔道となり、剣術が剣道となって残ったように、「道」がつかなければ残ることはない。だから「儲け方」というのはとても大事なことでないでしょうか。日本では今、商人の本来の精神が失われているように思えてなりません。

(参考:「日経ビジネス」2009 年 9 月 21 日号)

## 経営者のための危機管理

事に敗るは得意の時に因る

**茂木 友三郎 (キッコマン会長 CEO)**

1. 当社は、売上高の 3 割、営業利益の 6 割を海外で上げ、世界 100 国以上でしょうゆを販売するグローバル企業でもあります。海外への展開は、しょうゆは生活必需品であり、いずれ国内での需要増が見込めなくなることを見越して決断したものでした。
2. 私の書斎には、父から譲り受けた書が掲げてあります。「成名毎在窮苦日敗事多因得意時」(名を成すは常に窮苦の日に在り事に敗るは多く得意の時に因る)「名が残るような立派な仕事は、いつも苦しい状況の中から生れてくる。調子に乗っている時は失敗も多いので、心を引き締めてかからねばならない」の意味である。国内の市場に安住していたならば、当社の今日はなかったでしょう。リスクを負って海外へ進出し、今日のようなグローバル企業へと業容を拡大してきたことは、まさにこの書が説いている精神に通じるものと考えます。

(参考:「致知」:2009 年 12 月号)

## 新規成長分野

郷土色を出す地域限定品

1. 生活必需品の「食」の分野に目を向ければ、安全性と安心感、味と価格の納得性など、要求される条件は厳しくなっている。高いハードルを越えるには、プラスαの価値を付加する必要があるだろう。例えば「限定」という希少価値、手に入りにくいと聞けば、なおさら欲しくなるのが人間の心理だ。その土地の名産品などを原材料に使った「地域限定」スナック菓子は、出張や旅行の土産として、中には入手困難な商品もある。
2. 江崎グリコは人気商品「プリッツ」で地域限定を打ち出すキャンペーンを展開した。北海道・東北地区「ホタテバター味」、九州地区「ゆずこしょう味」など、全国を 6 地区に分けてその地区だけの味を数量限定で発売。中には 8 月末までの期間限定品もある。四季折々の変化と風物詩、さまざまな郷土色が日本文化独特の魅力である。

(参考:「野村週報」2009 年 10 月 26 日号)

## 古典に学ぶ

気品というもの

「そもそも気品というものは、人間の値打ちのすべてを言い表すと言ってもよいでしょう。人間の人格的価値を言い表す上において、その気品という言葉ほど適当なものは、ちょっと外にはないでしょう。この気品というものが、ある意味では、全人格の結晶だと言うこともできましょう」

(参考:森信三「修身教授録抄」:致知出版社)