

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

創造性を育むために過ごし方を変える ジム・ステンゲル (元P&Gグローバルマーケティング責任者)

1. 今の企業経営は効率を重視しすぎだ。数年トップを務め、効率化を進めて株価を高めればそれでまずまず、と評価される。だが力強く新しいアイデアを生む洞察や情熱は、あらゆる角度から世界を見なければ得られない。創造性を育むためには、時間の過ごし方を変える必要がある。じっくり考える時間、自省する時間がなければ、アイデアは生まれはしない。経営者は効率化を好む傾向が強いが、審美眼を持つことなど「アーティスト」のような頭の使い方を意識すべきだ。
2. 新しいブランドの構築に最も重要なことは、一貫性を保つことだ。成功するブランドは、しっかりぶれない理念を基盤にして、消費者との絆と収益を一緒に成長させている。そして、素晴らしいブランドになる得るビジネスは、優れた製品やサービスを持つだけでなく、人々の生活を変える力を持っている。
3. 強いブランドは、企業を成長させるうえで重要な推進力になる。新してブランドで行動を起こすことが、国の将来を変える力にもなるだろう。

(参考:「日経ビジネス」2013年7月22日号)

ワンポイント経営アドバイス

米国での地道な取り組み (キッコーマン)

1. 日本食には欠かせない醤油だが、その最大手メーカーであるキッコーマンの利益の源泉は、意外にも海外にある。売上高に占める海外事業の比率は約 46%、営業利益では約 66%を占めている。その中でも大部分を占めるのが北米事業だ。売上高では国内に次ぐ 1042 億円、営業利益に至っては日本を上回る 88 億円を稼ぎ出している。
2. キッコーマンが米国に進出したのは 1957 年と古い。同社が米国で成功した理由の一つは、醤油を日本料理ではなく現地料理の調味料として売ったことにある。「日本食レストランの開拓は容易だった。しかし米国の家庭に入らなければ本格的な成長は望めない」(茂木名誉会長)として、現地で料理の専門家らに依頼し、醤油を使った米国料理のレシピを開発。スーパーの店頭での試食販売などの地道な取り組みを重ねた。

(参考:「週刊ダイヤモンド」:2013年7月6日号)

経営者のための危機管理

設備の老朽化が生産性に影響

1. 日本国内の製造設備の老朽化が進んでいる。経済産業省の「生産設備保有期間等に関するアンケート調査」によると、工作機械などの設備の経過年数が 10 年以上のものは全体の 57.2%に達することがわかった。逆に、経過年数 5 年未満の設備は 18.6%と 2 割にも満たず、リーマンショック以降、設備投資が抑制されていた様子がうかがえる。
2. 設備投資を行わなかったことによって、何らかの影響があったとの回答は 54.3%で半数を超えた。内容は、「故障頻度が高く生産に支障」が 30.6%、「加工能力が低く複数台必要」が 8.0%で続き、設備の老朽化が生産性を落としている。

(参考:「週刊東洋経済」2013年6月29日号)

古典に学ぶ

あるがままに

(解説) ことあげするのは自然ではない。自然は黙々としている。風雨を起こすものは、いったい誰か。天地である。天地でさえ、この不自然を長く続けることはできないのだ。まして人間の作為など、長続きするわけがあるろうか。「道」にのっとる者は、つねに自然である。「道」があるがままに受けいれ、「徳」をあるがままに受けいれ、「失」をあるがままに受けいれる。すべてをあるがままに受けいれれば、自然と合体して、無限の自由を獲得できるのである。

(参考:奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」:徳間書店)