

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

揺さぶることで新たなものを生み出す 永守 重信 (日本電産社長)

1. 日本の特許出願数は数年前まで世界一だったし、特許取得件数でもトップクラス。技術力は世界でも間違いなく指折りなのに、なぜ競争に勝てなくなってきたのか。長くこう言われるうちに、1つの言説が流布するようになりました。「企業の研究者が市場を見ていない」「中央研究所には意味がない」と、でも本当にそうなののでしょうか。日本電産は今年 1 月末、川崎市に中央モーター基礎技術研究所を開設しました。
2. 実は、計画した時に知り合いの大企業経営者 21 人に「御社の中央研究所をどう思っているか」と聞いて回りました。すると、18 人もの経営者が「カネばかり使って効果がない」「研究者は好きなことばかりやっている」と嘆くのです。でも、よく話を聞いているうちに気づきました。中央研究所も「経営」をしなければいけないのだと。研究所の成果が上がらないという企業は、研究者に学歴だけで採用して、大まかな担当だけ決めて後は放任しているのではないのでしょうか。
3. それではダメです。社員の中で成果を上げるのは、やはり自己管理のできる人です。だから企業は社員を教育し、きちんと役割を与えてやらせる。任せるけど、常に経営者・管理者とコミュニケーションを取って任せきりにはしない。また、大切なのは、揺さぶることです。テーマの研究が進んだり、行き詰まったりした時にその中で人を組み合わせたり、異動させたりして揺さぶる。その刺激がまた新たなものを生み出します。
(参考:「日経ビジネス」2014 年 3 月 17 日号)

経営者のための理念・哲学

「何のために営業するか」の哲学が重要

1. 江戸時代は商業が一気に花開いた時代で、市井の商人から豪商に至るまで、それぞれが営業のスキルと哲学を持っていた。江戸商人の特徴は情報収集に長けているという点だ。人の集まる場所で聞き耳を立てたり、諸国を巡り歩くことで需給のバランスを嗅ぎ取ったりしていたのだ。
2. 重要なことは、江戸時代の商人がもうけだけを重視していたのではない点だ。近江商人は「売り手よし、買い手よし、世間よし」をモットーとしていた。今でいうところの企業の社会的責任 (CSR) に近い。さらに、江戸時代に多くの人に読まれた、商人や職人の心得を記した鈴木正三の「万民徳用」や、思想家の石田梅岩の著書では「正直であること」や、「客が喜ぶことを重視せよ」と記されている。何のために営業をするのかという背景にある哲学こそが重要といえよう。

(参考:「週刊ダイヤモンド」:2014 年 3 月 22 日号)

ワンポイント経営アドバイス

作業に見える化する 花木 義麿 (オークマ社長)

1. 工作機械も農業と同じ。現場で 10 年 20 年、汗と油にまみれることで、初めていい機械ができる。機械で出せない精度は、人間の技を加えて、より品質を高めていく。1つの機械を組み立てるには、多くの匠の技によるチームワークが欠かせない。きめ細かな現場力は日本にこそ優位性がある。
2. かつて工作機械で強かった米国メーカーは、中・高級機で存在感を失い、今や日本勢が市場を席卷している。生産高で世界首位となった中国勢も、低級機が中心なのでわれわれの脅威ではない。超多品種の少量生産ができるのは日本メーカーだけだ。一般的に付加価値作業をする時間は 10% 台だといわれ、残り 90% は物を運んだり、探したり、順番を待ったりといった、無駄な時間だ。作業に見える化し、現場に指示すれば、合理化は一気に進む。

(参考:「週刊東洋経済」2014 年 3 月 15 日号)

古典に学ぶ

小魚を煮る

(解説) 大国を統治することは、あたかも小魚を煮るに等しい。手を加えずに、煮ることだ。「道」にのっとって、無為の政治を行えば、神霊も靈験を示さなくなる。人民が神霊の存在を意識しなくなる。ひとり神霊の存在のみならず、人民は聖人の存在をも意識しなくなるのだ。

(参考:奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」:徳間書店)