

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

人事に関する根拠 (武田信玄の場合) 童門 冬二 (作家)

1. 戦国時代に名将といわれた武田信玄は、その時代きっての「人使いの名人」といわれた。「人は城、人は石垣、人は堀。情は味方、あだは敵なり」の名言もある。しかし、これを単に「信玄は部下愛に満ちた温かいトップだった」と考えるのは甘い。当時、彼の経営する甲斐国は、山と谷の国であり、年貢の基になるコメの生産は思うようにいかなかった。
2. 「人は城…」の言葉は、部下に対する「分権と責任」についての、信玄の厳しい考えを示すものだ。一言で言えば信玄は、命じた仕事については、「わし (信玄) の分身が行っていると思え。したがって、失敗した時の責任は、わしと同じものがある」ということなのだ。彼は決して甘いトップリーダーではない。そうでなければ、甲斐の国の経営はできない。
3. 彼は、人間観照に優れていたから、自分の話を聞く態度によって、聞く者の性格を分類していた。臆病者、追従者、口をポカンと開いている者、信玄の顔を見てしばしばうなずく者、信玄の顔を見ずに肩のあたりに視点を定めている者、途中で席を立つ者、身に覚えのある者、武田家を支える頼もしい者。最後の者だけを重用したわけではない。臆病者にも追従者にも適所を与えて、適材として活用した。そのへんが「人使いの名人」といわれたゆえんなのだ。

(参考:「週刊東洋経済」2014年4月12日号)

街の活性化策

販売だけではなくファンづくり (まちゼミ)

1. 郊外の大型商業施設やインターネット通信販売に押され、地方の商店街はどこも青息吐息。店主の高齢化も進み、疲労感と諦めムードが漂う。だが、にぎわいや活力を呼び戻している商店街もある。その代表事例が「まちゼミ」発祥の地、愛知県岡崎市の商店街だ。「まちゼミ」は、商店街の店のファンをつくろうと、岡崎市の商店主らが2003年から始めた。各商店 (店主や店員) が講師となり、専門知識を受講生 (客) に無料で講義するものだ。
2. 例えば「簡単に自分でできる美肌づくり」「お茶を知る」といったもので、商品の販売ではなくファンづくりに徹する。豊富な専門知識やおもてなしの心は、マニュアルやインターネットなどに負けるはずがない。まちゼミは買い手良し、売り手良し、世間良しの三方良しを具現したものだ。「まちゼミ」は全国の商店街に広がっており、実施商店街は100カ所に上る。

(参考:「週刊ダイヤモンド」:2014年4月12日号)

経営者のための営業学

付加価値の原点は手作り

1. 1990年代後半以降、デフレが深刻化する中で、日本のメーカーの多くは、製造現場の人の数を減らし続けている。まず、人件費の高い日本国内で工場の自動化に着手した。さらに、安価な労働力を求めて進出したはずのアジアの生産拠点でも、現地の人件費高騰を受けて自動化を進めている。だが、こうした状況では、高く売れる製品を作るのは難しい。自動化をしようとするればするほど設計やデザインの単純化やモジュール化が進行する。独創の低い、誰にでも作れる凡庸な製品に近づいてしまう。
2. しかし、革新的機能と高いデザイン性は、手作業工程なしには実現し得ないものだ。自動化技術が進行する中、手作業にこだわればコストアップを招きかねないのだが、その負担は、製品の付加価値を高め、高い価格で売ることによってカバーする。これが、モノ作りに対する基本哲学といえる。

(参考:「日経ビジネス」2014年4月7日号)

古典に学ぶ

道は万物の奥

(解説)「道」は万物の内面に貫徹する。この道理をわきまえている者は、むろんこれを尊重する。たといこの道理を自覚せぬ者でも、内に「道」を抱いている。人々は、すぐれた意見ばかりをもちはやし、善行ばかりを受け入れる。だが「道」だけは善不善を超越して、すべての人を生かすのである。この「道」にのっとるなら、いながらにして天下は治まる。

(参考:奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」:徳間書店)