

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

「売り上げはすべて癒やす」で経営破綻したダイエー 三品 和広 (神戸大学大学院教授)

1. 小売業日本一の座に輝いたダイエーの看板が消えてなくなるという。「売り上げはすべてを癒やす」と信じた創業者は、バブルではじけた後も成長を追い求め、忠実屋を買収し、業容を拡大し続けた。そうして行き着いた先が、破綻である。確かに成長すると、金回りがよくなって台所は楽になる。働く人々の元気は出るし、株価も上がり、過去の汚点を覆い隠すことまでできる。しかし、内需拡大をエンジニアリングに行った結果は、どうだったか。忌まわしいバブルにはほかならない。「癒やし」など、不老不死の薬と同じで、見てはいけない夢とうっちゃるべきだった。
2. 国内だけでなく、新興国市場に打って出た企業も危うい。西日本で店舗の飽和状態に直面したダイエーは、打開策として関東進攻をブチ上げた。今となつては、関東の消費者がダイエーの優れたサービスを待っているという口上など、笑い種といってよい。関東の消費者と同様に平穩無事に暮らしてきた新興国の人々が、日本のサービスや製品を待ち焦がれていると信じるのは、単なる独り善がりではないのか。
3. 成熟した社会では、何かをスクラップした跡地にしかビルドする余地は生まれえない。戦前戦後に建った「ビルヂング」を取り壊すことで高層化を遂げた東京の丸の内や大手町が、イメージとしてぴったりくる。あれが、21 世紀に許される成長の夢なのである。 (参考:「週刊東洋経済」2014 年 12 月 6 日号)

経営者のための危機管理

消費増税で淘汰は続く

似鳥 昭雄 (ニトリホールディングス社長)

1. 今後、小売業で勝ち残るのは、自分たちで商品開発まで手掛け、客数を増やしている企業です。私は既存店の客数が増えることが、バロメーターだと考えています。客数の減少は、お客さまがその店がなくてもいいよといっているようなもの。われわれは創業以来、ずっと客数を気にしています。客数を増やすことは結果的に、利益や売り上げにつながります。
2. 小売業で強いのは、10 年、20 年前から商品を作り続け、知識や技術を蓄積した企業です。われわれも社員教育をととても重視しています。開発の第一線で活躍するのは、大学を出て 20 年、30 年の経験を積んだ 50 歳前後の技術者たち。今からまねしても 10 年はかかるでしょう。今後は小売業は寡占化の時代です。力のない企業の店数は減っていきます。私は今の半分が正常だと思います。消費税が上がるたびに淘汰は続くでしょう。

(参考:「週刊ダイヤモンド」:2014 年 12 月 27 日

・2015 年 1 月 3 日号)

人事・労務について

GE ビリーフス (信念)

ラケー・クリシュナムーシー

(GE のリーダー育成担当副社長)

1. GE の最優秀製品は何かと問われると「リーダーシップ」だ。何万人もの優れたリーダーたちが、社内でも変革を加速し、会社の成長を牽引している。GE の企業文化の特徴は、常に変化していることだ。大企業でも非常にスピード感がある。2008 年秋のリーマンショック後の景気後退で、GE はいろいろなことを学んだ。世界は非常に急速に変化しており、不確実性が高いということである。想定外のことが起きても迅速に対応できる組織と人材を作る必要がある。
2. GE の社員が重視すべき価値である「GE バリュー (価値)」を「GE ビリーフス (信念)」に変更したのは、経営手法だけでなく、社員の意識を変えることが重要だからだ。新しいビリーフスには、「顧客が成功を決める」「失敗に学んで迅速に改善する」といった要素が含まれる。不確実な世界において、GE のリーダーたちが心に刻むべき言葉だ。 (参考:「日経ビジネス」2014 年 12 月 22 日号)

古典に学ぶ

風に乗る術 (その 2)

(解説) 尹生は数カ月家にいたが、どうにも思いきれない。また列子のところへ出かけて行った。「お前はなんだって出たり入ったりするのか」と列子はきいた。「この前何度もおねがいましたのに教えてくださらないので、先生を恨みました。いまは気持ちもおさまりましたので、またやってきたわけです」「以前はお前もみどころがあると思っていたが、案外つまらぬ男だな。まあ、すわるがよい。わたしが先生について勉強したときの話をしよう」(続く)

(参考:奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」:徳間書店)