

社長の経営哲学の構築にお役立ちする

ハートフル・ワード

(心からの言葉)

公認会計士・税理士

齊藤栄太郎事務所

TEL 03-6206-8010

FAX 03-3254-0118

経営者への活きた言葉

何を変えるかの見極めが大切 高田 明 (ジャパネットたかた創業者)

1. 個人でも企業でも国でも、課題を前にしたならば、まずは自分が今しなければならぬことを正確に把握するところから始めるべきだ、と私は思います。例えば、モノが売れないならば、なぜ売れないか、その理由＝ボトルネックをきちんと把握すべきです。ここで間違えると前に進めなくなりまますから、企業は自己評価だけでなく、消費者からの評価を見極めるべきです。
2. ボトルネックが見えてきたら今度は課題に優先順位をつけた上で、まず取り組むべき問題に向かって、集中して全力で臨むこととなります。このとき、私は「4つのボックス」を用意するようにはしていました。1つ目は「捨てるボックス」、2つ目は「残すボックス」、3つ目は「変えるボックス」、そして4つ目が「加えるボックス」です。
3. 例えば企業の場合、経営資源には限りがあります。何かを加えるにはそれだけではダメで、同時に何かを捨てなければならぬはずで。課題を前に全てをそれまで通りに残すことができない以上、何を変えるかの見極めが大切になります。それだけに4つのボックスをバラバラに捉えるのではなく、関連づけながら考えることとなります。経営者だけが4つのボックスを理解していても、社員に浸透しなければ「絵に描いた餅」になります。

(参考:「日経ビジネス」2022年9月26日号)

新規成長分野

「おいしいものだけを売る」信念貫く 「奇跡のスーパー」

1. 「食は命」「食べものは安さ・便利さだけで選ばない」「子供には本物の味を」……。開店前の午前10時。群馬県高崎市にある「スーパーまるおか」に入店すると、至る所に貼られた紙が目飛び込んできた。店内には大型店やコンビニで広く扱われているナショナルブランド(NB)の商品は見当たらない。「全国各地の生産者を行脚し選りすぐりの“おいしいもの”だけを集めるうちに、NB商品が一切無くなってしまいました」(社長の丸岡守)。
2. 関係者から「奇跡のスーパー」と評される「まるおか」の経営哲学は何か。「大型店は大量生産された商品をまとめて仕入れ、1円でも安く売ることばかりを追い求めています」と丸岡守は言う。一方、「まるおか」は、「おいしいものだけを売る」というスローガンを掲げ、異彩を放つ存在である。

(参考:「Wedge」2022年11月号)

ワンポイント経営アドバイス

400年続く「住友精神」

中村 邦晴(住友商事会長)

1. 住友グループは400年の歴史があり、各社が手掛ける技術やビジネスは違うものの、共通して尊重する事業精神があります。「自利利他公私一如」という、自らの利益だけでなく、社会の利益になる事業をなさよという事業精神をベースに考えてきたからこそ、住友は400年続きました。今でいうSDGs(持続可能な開発目標)に通じる考え方を、住友は400年前から実践していたのです。
2. 次の住友の主役は、それぞれの会社がさまざまなことをやっているの、一概にこれとは言えません。ですが、キーワードは「事業を通じて社会課題を解していける会社」でしょう。これができないと、生き残っていけない。ですから、それを、いち早くできる会社、そのための技術開発を早く進められる会社が生き残っていくのだと考えています。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2022年10月22日号)

古典に学ぶ

智力が乏しく機会を踏み外すと成功しない

(解説) いかにも善良の君子でも、肝腎な智力が乏しく、いざという場合に機会を踏み外したら成功はおぼつかない。家康と秀吉とはよくこの事実を証明している。仮に秀吉が80歳の天寿を保ち、家康が60歳で死去したらどうであったろうか。天下は徳川の手には帰せずしてかえって豊臣の万歳であったかも知れぬ。

(参考: 渋沢栄一「論語と算盤」: 国書刊行会)