

2007年7月20日発行

プラス

四季の会・ユーザーズ・サービス

227号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 盛夏の候、先生におかれましては益々御健勝のことと存じます。

「(指示を出した)社長は雲の上の人でしたから」。苦小牧市の食肉加工販売会社が豚肉を混ぜたひき肉を牛肉として出荷した。記者会見で工場長が口にした言葉に、胸を突かれた会社員は多かったのではないかと。 「会社の論理」と「社会の倫理」の板挟みは人ごとではないようです。

日本に「会社」はいくつあると思いますか！中小企業白書によれば、答えは約430万社です。あえていうなら「社長」は決して社会的に希少価値のある存在ではないのです。しかし、そんな客観的な数字はサラリーマンにとってほとんど意味はないのです。「自分の社長」はふつうの、この世に一人だけの社長としているだけです。

この会社が「このままでは破綻する」と、悩む現場の声に耳を傾けよう。わずか一週間のあいだにも食肉、温泉と、企業の不祥事や重大事故が相次いだ。コムスン、NOVA、コースター事故のエキスポランドも含めて、ワンマン型の経営者が率いる企業・グループばかりなのが気になるのです。

会社の社長は天皇である。天皇に文句やブレーキをかける人は、そうはいない。もしや「雲の上の人」に対し、事業拡大にブレーキをかけるような問題点を指摘しにくい空気が、少しでもありはしなかったか。謙虚さこそ最大の危機回避策。企業はトップ次第、トップが変わらなければ会社は変わらないのです。

事業は人なり - 社長の物語です

プロスは「決算一筋」23年。プロスらしく「決算診断から連動される事業計画書」を企画開発完成し、「事業計画」は事業は人なり。社長の物語りです。プロスらしくが最大特長。「会社の現状の完全把握の実現」からを大事にしているのです。

その第1は、「社長の経営力」です。企業は何と言っても経営者(社長)次第です。

社長は価値観と謙虚さこそが大事です。社長の「考え方・行動」が企業の全てを支配すると言えます。社長への信頼と安心感が何よりも重要です。

経営とは、「社長の“考えていること”を社員の協力を得て実現する」といわれます。社長は誰でも「会社を良くしよう！」と思っています。

松下幸之助氏は「ないないづくし」で、わずか50年ほどの間に、3人で始めた「けしつぶ」ほどの極小企業を、世界的企業にしたのです。その成功要因をみると、「平凡なこと」「当たり前なこと」でした。「熱意をもつこと、努力すること、誠実であること、感謝する、思いやりの心、信念に生きる」。結局のところ「成功の王道は平凡な原則」でしかなかったのです。この考え方をもとに作り出したのが、「社長の経営力診断 マネージメント・パワー」です。

この「マネージメント・パワー」は社長の「成功の王道」への道筋と思って下さい。社長が「雲の上の人」になっていたなら、良き社風は形成されないのです。

社長の経営力を「3つの視点」でとらえます。

人材力とは・・・「事業は人なり」といわれます。社長自身・・・社長として日常行動の実践度合いです。人材・・・良き社員の採用、教育、定着を高めるため。

マーケティング力とは・・・「営業なくして事業なし」といわれます。顧客・・・「顧客なくして企業なし」増客の仕組みや管理。

商品(サービス)・・・自社の商品(サービス)力を向上させる。成長性・・・成長発展に向けた会社のバネの強さをみる。

管理力とは・・・「利益なくして存続なし」といわれます。財務・・・財務状況を早くしっかりと確立する。経営管理・・・勘と経験でなく、現場データを活かす。危機管理・・・我が社の存続と発展をリスクから守る。

その第2は、「決算診断」です。会社の全ての成果を表わしているのです。

「決算診断提案書」では「6つの鉄人」が社長を支えているのです。6つの鉄人とは、「決算診断の6要素」です。

何度となく修羅場を切り抜けてきた社長の中には、財務的なデータに基づく経営よりも、自らの「経験やカン」を頼りにした経営に自信を持っている人が少なくありません。たしかに「経験やカン」は、しばしば重要な役割を果たすこともあります。

しかし、「経験やカン」は往々にして重大な錯覚に陥りやすく、あまり深く考えず単なる「カン違い」や「読み違い」で経営の判断や決断を済ませてしまつたら大変なことになります。

野球チームも「攻める力」と「守る力」のバランスが大事です。監督の采配でタイミングよく「攻め」点を取り、しっかりと「守る」のが勝利です。野球と企業経営は似ているのです。

突然やってくるインスピレーション 社長に「心の準備」「探しつづける目」

画家は常にインスピレーションが来る「危険」に満ちています。友人と酒を飲んでいても一人お風呂に入っている、いつ何時「ひらめいた！」となるかわからない毎日です。そのときにそれを待ちかまえる用意がなかったら、同じインスピレーションは本当に二度とつかめないのです。

たとえば写真家の才能の差は、いつもカメラを持っているかどうかだと思いがしばしばあります。アートディレクターの長友啓典さんはいつもカメラを持っていて、一杯飲んでいても10分に1回は気になったものを写真に納めています。これはなかなか真似できるものではありません。超一流のアートディレクターとはこうなんだと、となりで飲みながらいつも思っています。

これだ、と思うチャンスは「おいしいな、あとで撮ろう」と思って撮れるものではありません。それは食事中に飲みかけのワイングラスを白いテーブルクロスの上に置いたときの、一瞬の赤ワインの反射する美しさとか、テーブルに並んだ料理の品にだったりとか。ぼーっと眺めているとそのままシャッターチャンスが逃げていくばかりか、クリエイターとしてのチャンスまでもが去って行く怖い瞬間なんだと、はたから見ても感じます。

私の場合も常に画家としてのスイッチをONにしておかなくては、いいなと思うインスピレーションを取り逃がしてしまい、後で思い出そうにもうまくいかず、それはお終いになってしまいます。

ではそのスイッチをONにしておく、とはどういうことなのでしょう。

今度は釣り師のことを考えてみます。水辺で完全に手持ち無沙汰で座っているのではなく、実は彼の前には釣り竿があるので。「どんなとき、めざす魚が来るのですか？」と釣り師に聞くと、たいてい「そんなのわからない。来るときには来る」なんて答えるでしょう。シャッターチャンスと同じですね。そして、画家の場合も、全てのチャンスは突然何の前ぶれもなくやって来るのです。釣り師はそのとき釣り糸をたれていたかどうか勝負の分かれ目ですし、同じように画家も心の釣り糸をたらしていたかどうか、ということです。

では心の釣り糸とは何なのか。つまり早い話が心の準備です。感性の糸がびんと引いたら、たとえそのときまで昼寝をしていてもがばっと鉛筆を手に掴んで起き上げられるかどうかです。

描きたい何かが心にはある、しかしそれが何なのか未だ形になってなくてよくわからない、何だろうと思いつけているとき、何かが目の前に現われる、しかしいや違う、これも違うというふうに「探し続ける目」、これが心にはないとうにもなりません。

それは写真家も同じでしょう。釣り師も長靴やバケツばかり釣っていても仕様がないうけで、めざす獲物があるわけです。画家の場合もその獲物が何なのか釣り上げてみないとわからないのです。社長も同じです。「心の準備」が大事のようです。「ルノワールは無邪気に微笑む」千住 博著より)