

2008年10月10日発行

ぱるす

四季の会・ユーザーズ・サービス

248号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 秋晴れの候、先生におかれましては益々ご活躍のことと存じます。

大変な時代になってきました。ひとごとのせいにしないで、自立本願で一生懸命頑張っていきましょう。必ずいいことが起こります。京セラ名誉会長の稲盛和夫氏は「ありがとう」という言葉で人生を切り拓いてきたといわれます。

ここまでの間に、かん難辛苦の連続であり、いつも「ありがとう」の言葉であったそうです。「いい時も悪い時も、嘘でもいいから、『ありがとう』と言ってみると、自分が心地よいのです。自分が明るくなれば、まわりも優しくなり、社員もお客様も仕事もよくなっていくのです。

「お金のかからないものに力を注いでいる会社は強い」といわれます。笑顔 あいさつ・返事 気配り・親切 感謝・ありがとう 言葉・言葉が人にエネルギーをもたらします。などが大事のようです。

特に笑顔は不思議です。「TKCビジネスワンポイントNEWS」で4つのことが書かれていました。「笑顔は」元手がいらす、しかも利益は莫大です。「笑顔は」与えても減らず、与えられた者は豊かになります。「笑顔は」一瞬だけ見せても、その記憶は永久に続きます。「笑顔は」購入も、強要もできず、盗むこともできません。

競争に勝ち抜くためには、同業他社との差別化を図ることが何よりも大事です。「差別化」にもいろいろな視点があります。特に所員の方々が、お客様を訪問した際、明るく、さわやかな挨拶が、お客様の心を捉え、安心感を与えていくものと思います。小さな差別化が大事のようです。

粘りが未来を照らす

松下電器産業は「パナソニック」への社名変更を10月1日実施した。設立90年目で挑む第2の創業。グローバル市場での出遅れを挽回するか？ブランド戦略見直しの裏で大がかりな社内改革が動き始めた。

米のフォーチュン誌によると、売上高ランキングで、松下は電機業界世界「5位」。しかし、世界企業のブランド価値ランキング「78位」。松下ほど規模と、ブランド力の乖離が、大きい例は珍しいのです。

9月22日、テレビドラマ枠の「ナショナル劇場」が最終回を迎えた。最初に流れる「明るいナショナル」(三木鶏郎作詞・作曲)の歌詞「明るいナショナル 明るいナショナル ラジオ・テレビなんでもナショナル～」はだれもが口ずさめるほど浸透していた。松下電器産業はその「ナショナル」を封印し、今日から社名もブランドも「パナソニック」に統一する。

「ナショナルの白物家電は新機能付加で価格引き上げに成功した」と担当役員は胸を張っていた。お掃除ロボットエアコン、ななめドラム式洗濯機など新機軸が光る。一方、パナソニックの薄型テレビは価格下落に苦しむ。それでも大坪文雄社長はパナソニックを選んだ。グローバル展開するにはこのブランドしかなかったからだ。

新生パナソニック経営陣の気持ちを表しているかと思わせるのが13日に始まる後継ドラマ枠「パナソニックドラマシアター」の「水戸黄門」主題歌。「ああ人生に涙あり」(山上路夫作詞、木下忠司作曲)の歌詞には「くじけりゃ誰かが先に行く あとから来たのに追い越され」とあり、薄型テレビで韓国サムスン電子やシャープに先行を許した局面を想起させる。その後「泣くのがいやなら さあ歩け」と続き、態勢を立て直すあたりが妙にリアル。「人生楽ありゃ苦もあるさ 涙のあとには虹も出る」という歌い出し通りの粘りを見せれば新ブランドの未来は明るい。10/1 日本経済新聞より

企業の減少化時代にユニークな武器を!!

経営とは、「財務」であり「人間力」であるといわれる。経営資源は「人・物・金」といわれ、その活用は「財務と人間」です。数字はコンピュータが出しても、判断をするのは「人間」です。そこにミスも失敗もあり、トップをはじめ会社が一体化してのヤル気が、会社の「業績の良し悪し」を決定づけていくのです。正に「企業は人なり」経営者です。

経営者にとって大事なものは、「知恵と勇気と熱意」かも知れません。経営の立場からみれば、目に見えないものによって、物事が成し遂げられていくのです。

船井総研の船井幸雄氏は、経営者は「知恵と情熱と愛情」によって成し遂げられていくものだと言っています。これは意識と意志であり、「思い」といってもよいのです。その「思い」は波動であり、情報だということです。

人間は不思議なもので、人徳というものに惹かれます。人徳とは何かというと、「知恵と情熱と愛情」を合わせ持ったものです。いかに経営者が知恵を蓄え、自分自身と自社の社員に仕事への情熱と愛情を植えつけるかが大切なのです。

会計事務所のお客様は「人間」です。経営者です。企業は何と言っても経営者次第です。「知恵と情熱と愛情」を持っているのです。会計事務所は数字の世界に生きてきた。「決算診断も経営計画」も、「月次の予実対比」など、コンピュータでつくり、正に数字の世界でやってきました。

経営者は「知恵も情熱も愛情も」これを知りたいと誰でも思っている。その経営者の高さ・低さもはかることはできませんし、モチベーションができません。だから、経営者とのコミュニケーションを避けていくしかないのです。経営者とのコミュニケーションも「数字の世界」に入りこんでしまうのです。そこに経営者御自身のための「マネージメント・パワー」「社長の四季」があるのです。これは経営者の「思い」を「見える・わかる・形」にしたのです。「知恵も情熱も愛情も」経営者の「思い」「価値観」をはかれることになったのです。

所長先生にまず一歩です。最初の一步は、二歩目から百歩よりもはるかにエネルギーが必要です。人間は多くを考えすぎる傾向があるから、考えれば考えるほどリスクだらけになってしまうのです。結果として、最初の一步が踏み出せなくなり、いつになっても変化なしでいくでしょう。

有名な話で「象と小枝」のエピソードがある。インドのサーカスでは、子象を頑丈な木につないで、服従を教えるそうです。子象は逃げ出そうと懸命にもがくものの、大木は「ビク」ともしない。そのうち子象は学習する。「いくら頑張っても逃げることはできない」。

魚にも同じ話。カマスを水槽に入れて、中央に透明なガラスの仕切りを入れる。仕切りの反対側にエサを入れると、カマスは仕切りの壁が見えずに、鼻から何度もぶつかります。そのうち、繰り返しカマスは学習する。「ここから先は絶対に行けない」「ここを超えると痛い目にあう」と決めつけてしまう。その後、ガラスを取り除いても、カマスは先に行かないのです。

このカマスを元気にするのは簡単なことだそうです。「新しいカマスを一匹入れること」です。すると、何も知らない新入りのカマスは一直線にエサに向かって行き、食べてしまいます。それまでダメだと思っていた、元々いたカマスも、それを見て行動を起こすのです。世の中には！組織の中には！人間関係には！矛盾を感じることは多くあります。何事も一つの見方で判断するのではなく、さまざまな方向から見ることの大事さ、多面的に複眼で考察することが大切なのです。

これからは、企業の減少傾向の時代です。お客様を増やすことは、何よりも重要です。「ユニークな武器」を持ち、打ってでることが大事です。守るだけでなく、攻めることです。既存のお客様、地域の見込みのお客様を大事にすることです。経営者は「知恵も情熱も愛情も」知りたいと思っています。「マネージメント・パワー」を是非活用してみてください。お客様が増えます。会計事務所に何かが起こります!!