

2008年10月31日発行

ぶろす

四季の会・ユーザーズ・サービス

249号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 紅葉の季節、先生におかれましては益々ご活躍のことと存じます。

首相は「100年に1度の暴風雨が荒れている」と、大変厳しい景気悪化に歯止めをかけるために、経済対策を発表した。少しは明るさが見えて来たようだが、私たちも最大の関心をもって対応していかなければならないと思います。

これからの大変革の時代、真剣さで「気づき」をもたないと生きられないようです。私は、この「ぶろす241号」で、大峯千日回峰行で満行者、塩沼亮潤さんが出版した「人生生涯小僧のころ」を書かせて頂きました。その人と「中條高德氏(アサヒビール顧問)」が対話中です。「吉野の山にはマムシがいる」。毒蛇に咬まれたら万事休すである。「夜中の山中でマムシの存在がどうして判るのですか」の質問に答えていわく、「自分しか自分を守る者がいない境地は、全身これ神経となってマムシの存在を自ずと感ずるのです」と。中條氏は電気にうたれたようにうなった。(致知9月号)正に神技のごとくです。本の中にもそれ以上の凄さが書かれています。「気づき」こそ、経営者にとっても、所長先生にとっても、大事なことかと思うのです。

何事にも賞味期限がある人・企業・会計事務所にも!

食品にも、企業にも、会計事務所にも、人にも、賞味期限があるようです。

食品の「賞味期限」とはおいしく食べられる期限を示しており、期限を過ぎても直ちに食べられなくなるとは限らず、保存状態や調理法を考えれば、創造と工夫で利用できるものである。

しかし、「賞味期限」が切れた食品をすすんで食べる気にならないのも事実である。

一方、「消費期限」は肉・刺身・惣菜など

の日持ちしない食品に設けられており、一定の安全性を考慮して設定されていると思うが、「消費期限」切れの食品を食べるのは勇気のいることである。

企業でも成功した技術、商品や経営手法が、「消費期限」はさておき、「賞味期限」がきても気づかなかったり、気づいても過去の成功体験が障害となって捨てられない、やめられないことが多いのではないか。

例えば、先代からやっている会社、親父が始めた会社など、そのときは時代に合った「やり方」で成長発展してお客様あつての企業であり、お客様で繁昌して来た。しかし、今はさびれてしまい、その町の「

店」と老舗の有名なお店も、今はなくなってしまっている。「賞味期限」が来たからだと思う。「三越も?高島屋?松坂屋も?」やがて名前は変わるかも知れません。

企業は変化への対応にトップ・社員一丸となってやらないと時代の変化に対応しきれず「賞味期限」になってしまうと思うのです。将来の環境変化に備えて変革に挑戦するには、大変なエネルギーが必要である。

「松下電器」のナショナルブランドも「賞味期限」であった。出遅れを挽回するために、ブランド戦略見直しで大がかりな社内改革を行った。世界ランキング「5位」の大メーカーであるが、世界でのブランド価値ランキングは「78位」で、松下の規模とブランド力の乖離が大きいことは、将来への発展に危機感をもっていたのでした。「パナソニック」に変えたのです。

会計事務所も「賞味期限」があるかも知れません。「70歳以上が3分の1を占める業界」であり、「一度結ばれてしまうと半永久的な顧問契約」義理と人情の世界などといわれてきました。しかし、何もしなかったならば、それぞれに「賞味期限」はある。お客様の目が厳しくなってきた。お客様のニーズも変わる。ニーズに応える会計事務所は、大きなチャンスがあるのです。

人にも「賞味期限」がある。「青春とは人生のある期間を言うのではなく心の様相を言うのだ...人は信念と共に若く.....」(サミュエル・ウルマンの青春の詩)人それぞれにちがいはあるが、年を取れば体力も衰えるし、場合によっては気力も減退するので、若い時のようにはいなくなる。しかし、**幸いにして人間の場合は、本人の努力で「賞味期限」の延長が可能だと思ふ。**深い洞察力と日頃の研さんに基づき、長い間の経験と努力で身につけた「匠の技」に更に磨きをかけていくと、輝く素晴らしい人間となり社会全体の財産にもなるのです。

私は仕事が大好きだ

経営者は、「仕事を自分の趣味にした人が真に幸せな人です」といわれます。お客様のためにするのが仕事。自分のためにするのが趣味です。**今の時代にこそ、中途半端なことで経営はできません。新しい価値、新しい需**

要を掘り起しながら、仕事が好きになっていくのです。

松下幸之助は、何よりもモノ作りが好きで好きでたまらなかつた人でした。だからこそ大成功したのです。**本田宗一郎**にしても、エンジンがすごく好きな人だったから、大成功したのです。仕事を自分の趣味にしていたから、何でも真剣にできたのです。

成功した人には2つのタイプがあるので。一つは、どん底から這い上がって成功したあとも、そのまま維持して行ける人。言い換えれば成功して幸せになれるタイプ。

もう一つは、成功したにもかかわらず、再び落ちていく、あるいは成功しているのに自分自身が満たされないタイプ。この両者の違いはどこにあるのか?それは、仕事を楽しめるか楽しめないかの違いです。仕事を楽んでいる限り、人は仕事の手を抜くようなことはありません。

そこで「成功したけれど結局失敗してしまった」という人たちに話を聞いてみると、その仕事を無条件で好きだったわけではないことがわかります。どんな小さな条件であっても「条件つき」で、その仕事が好きという人は経済的に豊かになると、どこかでその仕事に対してそっぽを向くというか、真剣味が薄れてしまうようです。(「立命塾9月号」より)

松下幸之助や本田宗一郎や稲盛和夫氏は、本も出ていますから伝記として読んだ人多いかと思います。かん難辛苦の連続であり、その仕事が無条件で好きだったからです。

私たちも、所長先生として会計事務所の経営者です。会計が好きだったから無条件で税理士を選び、会計事務所の経営者になっているのです。お客様のために真剣に仕事をしているのです。

この時代にこそ、「仕事力・技術力・ワザ」といえるベーシックな基礎力が会計事務所の真心となって磨きがかかれ、この厳しい時代にこそ、発展しているのです。「決算診断提案書」こそ会計事務所のベーシックな商品です。「賞味期限」のない、いつも新鮮です。「マネージメント・パワー」も経営者に気づきを与えていけるのです。

盛岡市の榎山直樹先生から、「あなたの元気が日本の元気」の「日めくり」を頂いて、その中に「**奇跡に感謝**」があり、私は感心している文章です。「振り返ってみれば、あの人と出会えてよかった、と思えることはとても多いはず。その人がどれだけ自分を成長させてくれたことか。今、ここに自分がいること、そして人の世に生かされていること.....。その『奇跡』に感謝せずにはいられません。」

人と出会えてよかった!と感謝する人は、「自分に常に向かい合っ」ているからだと思うのです。謙虚さがあるのです。経営者の成功も失敗もそれぞれ、経営者の己れ自身の生き方なのです。この大変化の時代の中での生き方で「知恵と情熱と愛情」をもって真剣に取り組んで行けば、必ず光がさしてくるものと思っています。