

2009年3月9日発行

プラス

四季の会・ユーザーズ・サービス

255号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 確定申告ご多忙の中、先生におかれましては益々御活躍のことと存じます。

「身から出た錆」「晩節を汚す」などの言葉がある。人生には「三つの坂」があるといわれる。一つは登り坂、つまり万事好調である。二つ目は下り坂、ツキに見放されているような時である。さて、三つ目の坂「まさか」という坂である。この「まさかの坂」こそ、急に出現する。油断している時に突然出現する坂である。

「小沢一郎民主党代表」の公設第一秘書、大久保隆規容疑者が逮捕された。小沢代表は徹底抗戦を宣言した。「不公正な国家権力の行使」と検察批判を展開する小沢氏に、党執行部は命運を託した。「政権交代」をめざす総選挙が近づく中、党の浮沈をかけた異例の賭けだ。吉と出るか！凶と出るか！（朝日3/5号）「まさか、まさか」である。

日経新聞3/3号に「世界で株式時価総額」が、2月末で昨年比、450兆円減少したもよう。世界の株式相場が更に下落基調を極めていっている。「まさか」です。「藤原直哉のワールドレポート3/4」によれば、日本はここに来て一段と経済指標が悪化している。「まさか」の連続です。1月の建築工事は、前年同月比で38%の減少と過去最大の減少率であり、新築住宅着工も19%の減少。さらに鉱工業生産指数も10%の減少と過去最大の減少率であり、しかも全業種で悪化しています。「もしかしたら、更に悪化へ！

1月の自動車生産も41%と過去最大の減少率であり、1月の製造業全体の残業時間は4割減、残業代は15%減となっており、1月の家計消費支出も実質で6%の減少と激しい落ち込みになっています。2月の自動車販売も歯止めがかからずに3.2%の減少となったほか、1月の中古車輸出も何と65%の減少。2月の百貨店売上速報も各社2桁の落ち込みです。国内の有効求人倍率は0.67倍まで低下しており、失業率も4.1%。全国の政令市及び、東京23区的生活保護申請は、前年同月比で6

割も上昇しており、経済全体がまさにとまりかけているような状況です。私たちの顧問先も大変なことばかりです。

「経営者は孤独」、共感が大事

最近の決算書や月次試算表などを見てみると、売上・利益が減少し、資金繰りは悪化しています。6割経済の状況になり、廃業・倒産などの可能性も出てくる。大丈夫かと思っていたお客様に「もしかしたら」といえるところが多くなると思うのです。

「経営者」はますます大変だと思うのです。経営者は「孤独である」。「うしろを見ても、誰もいない」。ピラミッドの頂点に立って、振り向いて誰もいない、当たり前です。孤独に強くなる。孤独と親しんでいかないと生きられないと思う。更に「ストレス」に強くなることである。孤独の裏腹である。孤独に強く、ストレスに強くなるには、自分で自分に向かい合っていく。ストレスにも親しくなることだと思うのです。

経営者は、孤独になり、ストレスになると視野が狭くなっていくものです。この時ほど、うちの会社はどうか！日本はどうか！世界はどうか！宇宙はどうか！もっともっと外のことを考えてみる！そうすると心は軽くなるものです。そうでないと、追い詰められ、判断ができなくなるものです。

私たち所長先生も同じ経営者だと思うのです。「まさか！もしも！」の時代に、お客様とのコミュニケーションがますます大事になります。共感を持つことです。「深く、広く、多面的」に考える。この時代のお客様の困っていることを「全くそうだと感ずること」共感が非常に重要だと思うのです。

逆境の時、変化への対応こそ！！

会計事務所は、以前にも書きましたが「会計事務所はお客様あつての経営」です。所長先生として、会計事務所経営には、何か「一貫したもの」があると思うのです。会計事務所はいつの時代になっても「3つの課題」に挑戦することです。1つは、固定収入を増やす。2つには、お客様を増やす。3つは、社員の意識改革です。この時代、良き人材の定着性、人財を作ることです。

また、基本業務は「ブレない」ことです。この時代の変化への対応型こそ、経営者とのコミュニケーションを大事にする。それは「月次型」「訪問型」「対話型」になっているのです。地域こそ大切に！『御用達』という言葉がある。御用を達することです。この地域に困っている経営者に「あつらえる」ものを出していくことです。見たこともないものを、「目からウロコ」がおちるように喜ばれる。「その場で会計、決算診断」で高い評価を受けています。

「安ければいい」ものではない。我々の顧問料を10%、20%下げても、会社の固定費減少にはならないのです。価値ある仕

事、高い価値観を持つコミュニケーションがこの時代に重要です。

松下幸之助は、我々に教えてくれているものがあります。「逆境の時代を生き抜く」（致知3月号参照）「売れない時、無理をすると売り方が崩れる」雨が降ったら傘をさすものです。どしゃ降りの雨の中へ傘もささず、でかけるから風邪をひくというわけです。売れない時に無理して売ると、必要以上に値下げをしたり、通常は受け入れられない条件をのんだり、売り方が崩れる。だから売れない時は、無理に売ろうとせず、次に売れるよう「種や苗」を植えることに力を入れなさい。

松下幸之助は、「好景気には本当の反省はできない」と言って、不景気の時こそ、いままでやってきたことを根本的に見直す最大のチャンスと捉えるのです。

まずは、「底力を養うチャンス」です。厳しい時代には重心を低くして、地に足を着けることが大切です。では、どうすれば地に足がつくか。挨拶一つでもいいのです。誰でもできる当たり前のことを、徹底してやり続ける。平凡なことを非凡に努めようとすることで、企業の底力がついてきます。

2つ目は「初心に帰るチャンス」です。誰もが商売を始めたその時は、どんなに小さな注文にも心から感謝したはずです。その姿を見て、お客様は「そんなに喜んでくれるなら、次からはここに頼もう」という気持ちになり、その人たちの支援によって店が大きくなっていったのです。

ところが、商売が大きくなるにつれ、金額の大きな注文なら飛んでいくが、小口だったら「たったこれだけか」と態度を変えてしまう。みんなわがままになって、楽をして儲かる方法はないかと探します。

しかし、不景気になり注文数が減って苦境に立った時に、小さな注文に感謝した頃の心を取り戻せるかどうか、商売の岐路なのだと思います。

3つ目は「原点に戻るチャンス」です。会社が大きくなり、売ることに忙しくしていると、何のために会社をつくり経営しているのか、何のために働いているのかという原点を見失ってしまいがちです。

よく「こんなに頑張っているのに認めてもらえない」という人がいます。私は「誰のために、何のために熱心なのかによって、その熱心さが報われるかどうかが決まる」と思うのです。

例えば、自分のノルマ達成のために熱心な人は「うるさい」「しつこいわね」と、お客様に嫌われる傾向にあります。それに対して、お客様の利益のために熱心になると、「うちのことをそこまで考えてくれているのか」と、その熱心さを喜んでくれるのです。

お客様のお役に立った結果が利益なのです。これが逆になると、利益のために手段を選ばない経営になって、やがて会社は衰退します。自分だけが生き残ろうと思ってやることは、やがて自らを滅ぼすのです。会計事務所も大事な時です。