

2009年12月14日発行

ぷろす

四季の会・ユーザーズ・サービス

267号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 師走の候、先生におかれましては益々御活躍のことと存じます。

今年の漢字が「新」に決まり、日本漢字能力検定協会が、京都市の清水寺の森清範貫主が揮毫した。民主党「新」政権誕生やオバマ「新」大統領の就任、米大リーグのイチロー選手の9年連続200安打の「新」記録。「新」型インフルエンザの流行などが上がった。願わくば今年もあと数日、「新」年寅年、景気の出る年になればと思うのです。

「民主不況」という言葉が出て来た。デフレや円高、株価低迷等々、経済はどうなるか？物は売れなくなった。例えば、「イトーヨーカドー」が「3度目セール」で激化する値下げ競争である。衣料品、住居品の全品で5~30%引きである。イオンに対抗するためだ。イオンは更に下げている？

文芸春秋の10月号で浜矩子氏が「ユニクロ栄えて国滅ぶ」興味深々、読んだ。今月は、塩野七生氏（作家、在イタリア）本も安くなったが、「私は価格破壊に追従しない理由」（新年特別号）で書かれていた。イタリアでも「ユニクロ的」が起こっている。ヨーロッパでは、今や円安・ドル安・ユーロ高だが、イタリアでも高級ブランドが売れ行き激減である。

最高級ブランドの数社を除けば、中国式の商いのやり方に屈したのである。ユニクロのように、中国へ行って生産するのではなく、ヨーロッパにきた中国人（不法入国者）を組織し、その工場に、イタリアのブランドを作らせるようになった。イタリアの職人の10分の1の経費で「メイド・インイタリア」が出来上がるようになった。

イタリアの伝統でもあり、高度な技能とアイデアの豊かさを誇ってきた職人層が、壊滅的な打撃を受けたのである。いかに巧みな職人芸の成果でも、高い理由だけでは売れなくなったのだ。見事な品なのに、なぜ売れないのか。おカネを持っているのに買わなくなった。世間全体が、何であれ安ければよし、に染まってしまったからだ。これはもう価格破壊の先に待つ文明の破壊になると思い始めた。

世界の文明社会で価格破壊が起きつつあるのです。正に日本も「ユニクロ栄えて国

滅ぶ」に、衣食住全てに価格破壊になって来たようだ。悪循環の「ハイパワーデフレ」になり、これでは企業の正常な経営が厳しくなっていくようです。

今日に希望を持とう。明日に希望を持とう。仕事に情熱をこめよう。友に光を分とう。家の、村の、町の希望の源となろう。希望がなかなか持てない時代、自分が希望の源になろうと思うことです。会計事務所は、お客様の中心にあり、地域の経営者の中心です。私たちは信頼される職業です。事務所を支えている所員の方とのチームワークです。大いに自信を持ち続けていきましょう。

「成果がでる仕組み」と努力

「成果」を出すのは「成果がでる仕組み」かける「努力」といわれます。「仕組みが悪ければ努力しても成果がでない」「仕組みが良くても努力しないと成果がでない」「仕組み」は何よりも重要である。今、「原点」こそ大事です。基本業務です。「月次監査と決算」基本業務にプラスアルファを付けること、それが顧客満足になるのです。仕組みは顧客満足です。決算こそ大事です。付加価値と新規獲得の原点です。

「社長の四季」システムは仕組みです。決算をしない企業はないし、決算をしない会計事務所もないのです。ただ「ちがいは、決算時に経営者がよく理解し、納得できる報告ができるか、「見える化」が何よりも大事です。経営者から見れば「見える化」、会計事務所にとっては「見せる化」です。経営者の心の揺さぶり方だと思ふのです。

それは「決算診断提案書」であり、「決算事前提案書」「今期利益目標」「事業計画書」「マネージメントパワー」、月々の試算表の満足度を高める「月次経営提案書」があるのです。これが「成果を出す仕組み」である。この仕組みを「深めて、広げて、多面的に、考え行動すること」です。会計事務所のマーケットには「お客様」と「ライバル」しかないのです。お客様は「既存客、見込み客」です。ライバルは会計事務所です。その先のお客様が見えてくるのです。私たちにとって一番大切な人は「お客様」です。

「3かけ」という言葉がある。気をかける！心をかける！手をかける！ことです。「気」は「気働き」「気持ちよく」「やる気」「気心」「本気」＝「本心」へと、「心」は、「真心」「心眼」「心情」「熱心」「本心」＝「手心」へ、「手」は、「手をつなぐ」「拍手」「手に手をとって」「手まめ」「手づくり」。お客様との「握手」へとつながっていくのです。「気と心と手」が仕組みです。「お客様とライバル」こそ、心を一点に集中することです。レーザー光線のように心のエネルギーを集中する。エネルギーは、熱を生み、熱中するのです。

「切に思うことは必ず実現する」は、「思い、仕事ぶり」の深さがある初めて生まれてくるものだと思うのです。夢中になって歩いて、歩いて続けていきましょう。

人間は、奇跡を生むすごい遺伝子を持っているのです。人間には、約60兆という莫大な数の細胞から成り立ち、その細胞の核のなかに遺伝子がある。遺伝子には「こういときは、こうはたらけ！こういときは、眠っている！」という指令情報があり、

それには遺伝子のONとOFFのスイッチがあるのです。（村上和雄氏 生命の暗号より）

たとえば、「強い精神的ショックを受けると、たった一晩で髪の毛が真っ白になってしまう。」「火事場のバカ力」といって極限状態になると人間はとてつもない力を出すのです。緊急事態による外部環境の突然の変化が眠っている遺伝子OFFを目覚めさせ莫大なエネルギーをつくり出したのです。ボンクラ学生が女の子を好きになったとたん、人が変わったようにバリバリ行動しはじめて、アツという間に優等生になった。人間の奇跡的な出来事も遺伝子のはたらきなしに起きない。だれでも「奇跡の人」の可能性をもって、生まれてきているのです。

心を入れ替えると心の変化により、いまままで眠っていた遺伝子が活性化する。行き詰まりを感じているとき、何かに出合った時、「新しい」ものにふれる時、OFFになっていた遺伝子を目覚めさせる絶好の機会である。元気の出る遺伝子ONにすればよい。それは「感動」を心のなかに呼び戻す、成果がでる仕組みです。

長寿企業の秘訣と知恵

松下幸之助は、経営には絶対条件がある。経営理念である。経営理念が自社内で確立したならば、その企業は50%成功したようなものだと言うのです。顧客企業の経営者に経営理念を話すと殆ど理解されない。30年も成長していた企業ですら、経営者が無頓着であった。長寿企業の秘訣には経営理念が脈々と続いているのです。それが、変化への対応への知恵が生きているのです。

「歴史ある企業に共通する理念」がある。それらを大別すると三種になる。

第一は「顧客本位」。泰澄大師の指示で開業した「法師」は、石川県小松市の粟津温泉で営業している「旅館」である。ギネスブックにも世界最古の旅館として認定されており、創業718年であるから、1300年近い歴史になる。金銭を蓄積するのではなく徳行を蓄積することを社是としてきた。江戸時代に策定された「金剛組」の『職家心得之事』には、見積りなどを無私正直で作成することを遺戒として記述している。いずれも主客一体である。

第二は「切磋琢磨」。東海地方特産の大豆を原料とする味噌は岡崎市内で隣接している「まるや八丁味噌」と「合資会社八丁味噌」の競争意識により数百年間維持されてきた。京都には十六世紀中頃に相次いで創業した「千切屋治兵衛」「千總」「千吉」（最近終業）の和服の老舗があり、金沢には「森八」「中島」などの和菓子屋の老舗が競合している。単独首位のマラソン走者の記録更新が困難であるように、競争こそが維持と発展の要因となる。

第三は「不易流行」。兵庫県姫路市にある十二世紀創業の「明珍本舗」は甲冑の老舗であるが、明治以降は注文がない。そこで鍛冶の技術を駆使して火箸から風鈴へと主力商品を移行しながら家業を維持してきた。羊羹で有名な「虎屋」の現在の当主は革新の連続が伝統を維持するとの信念で、次々と新作の菓子を製造しながら500年の伝統を維持している。いずれも新生の企業にとって十分に参考になる経営理念である。（道経塾NO.60 平成21年5月より）