

お忙しくても、約 2 分間で読めます

# ハートフル・ワード (心からの言葉)

山内公認会計士事務所

TEL 098-868-6895

FAX 098-863-1495

## 経営者への活きた言葉

### 法よりも高い基準を守る 渡邊 美樹 (ワタミ社長兼CEO)

1. 理念研修では、「何のためにこの会社はあるのか」「何のために一緒に働いているのか」を繰り返し話しています。ワタミらしさ、ワタミの文化とは何かを伝えるためです。ワタミが求めているのは、売上でも利益でもない。お客様に「ありがとう」と言ってもらえること。地球上で一番多くの「ありがとう」を集めるグループになりたいのです。
2. コンプライアンス (法令順守) はとても大切です。しかし、私たちは法を守る以上に大切にしていることがあります。それは、物事を損得で判断しない。それは善なのか悪なのか。それ以上に、常に「ワタミらしい」かどうかで判断しようということです。
3. 私たちは法を守るのは当然で、法より高い基準を守る。どんな会社より高い基準を守る。だから、電車で老人に席を譲れない社員は、ワタミの社員ではない。タバコの投げ捨てをする社員は、ワタミの社員ではないのです。社員は全員 3 カ月に 1 回、この理念研修に参加しています。

(参考:「日経ベンチャー」2006 年 12 月号)

## ワンポイント経営アドバイス

### 自社のノウハウは外部に提供する

#### 岡野 雅行 (岡野工業代表社員)

1. 昨今、日本のモノ作りの力が弱まったと言われる一因は、見せかけの効率ばかりを追い求め、技能やノウハウの伝承といった地道な作業がすっ飛んでしまったことにあるということだ。もう 1 つは、競争力を高めるには、時には自社のノウハウを外部に提供することも必要だ。
2. 今、日本の製造現場では、自分たちのノウハウを一切明かさないう「ブラックボックス化」がはやっている。もちろん、大切なノウハウを、見ず知らずの会社に闇雲に公開する必要はない。しかし、信頼に足る相手なら提供した方が、かえって自分たちにプラスになる。全体の底上げにつながるし、自分たちはもっと先に行かなくてはならないと努力するからだ。

(参考:「日経ビジネス」2006 年 10 月 30 日号)

## 経営者のための営業学

### 人間性を売り込む

#### 飯田 亮 (セコム創業者・最高顧問)

1. 営業とは、自分の人間性を売り込むもの。大概のモノは値段や品質に大きな差はない。売れるかどうかは、人間性の差だといっている。「この人からなら買っていいな」と思わせるのは心の機嫌がいい人。誠実、正直さ、そういったものが自然ににじみ出ている。だから売れる。
2. 商品を説明しなくても、会っただけで売れるのが営業の達人。その域にどうやって近づくか。簡単にはいかない。中途半端な気分でノウハウ本を読んで、営業の達人になれると思ったら大間違い。達人の域に近づくためには、毎日、そうなりたいと心掛けて、お客様に会って、怒られて。その繰り返ししかない。夢中にやっていれば、気がついたら自信がついているはずだ。

(参考:「週刊東洋経済」2006 年 10 月 21 日号)

## 古典に学ぶ

### 内外のおしえ

「凡そ教おしえは外よりして入り、工夫は内よりして出づ。内よりして出づるは、必ずこれを外たぬに験たぬし、外よりして入るは、当たすにこれを内に原たすぬべし」

(訳) 教えは外より入り、工夫は内から出る。自分の内から考え出したものは正否を外たぬで験たぬすがよい。外からの教えはその正否を自分で検討すべきだ。

(参考:佐藤一斎「言志四録」): PHP 文庫