

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

三現主義を徹底する 遠藤 功 (早稲田大学ビジネススクール教授)

1. トヨタのみならず、「現地現物」を重視するという価値観は、「三現主義」という呼び名で数多くの日本企業に共有されてきた。「三現主義」とは三つの「現」を大切に作る経営で、「現」の中身は企業によって多少異なるが、「価値を生み出す主体である現場に基軸を置く経営」の実践を標榜するスピリットである。この「三現主義」こそが、日本のモノづくりの原点を担ってきた「信条」といってよい。トヨタの源流企業である豊田自動織機をつくった豊田佐吉、松下幸之助、本田宗一郎、等彼らは皆、現場からの叩き上げで、そこから事業を立ち上げた人物である。
2. そして現在でも、「三現主義」を信条とする日本の製造業はじつに多い。ホンダの吉野浩行元社長は、年頭講和のなかでこう話している。「ホンダは三現主義(現場、現物、現実)について常に素直であろうと徹底してきた。現状認識において、いつも徹底的に現実的であろうという気質を我々はもっている」。今回の危機でもホンダは需給調整のための専門調査部隊をつくり、本社主導で「在庫を増やすな」と発令、他社が軒並み赤字に陥る中で 2009 年度の黒字化を達成した。まさに「現場を基点とした経営」である「三現主義」が機能した例である。
3. JR 東日本は第 5 次安全計画の中で、「三現主義」の徹底を打ち出している。同社のパンフレットには、「安全の問題は常に現場で起こります。問題が現場で起こるのでから答えも現場にあります。自分の眼で見て、耳で聞いて、肌で感じて、自ら考える。それを『現地・現物・現人』三現主義といいます」という言葉が記されている。
(参考:「VOICE」2009 年 10 月号)

新規成長分野

住宅や施設のニーズを新たに引き出す

1. 住宅販売が冷え込む中、新しいビジネスモデルを展開し、業績を伸ばしている企業がある。独自に構築した工務店のネットワークと建築家のネットワークを活用して、戸建住宅の施主と施工を請負う工務店、住宅を設計する建築家の 3 者をマッチングするビジネスである。具体的には、マッチングの場として工務店が開催する住宅相談会を支援し、戸建住宅の建築・販売を促す。
2. このサービスを利用することで、施主はマッチング会社が組織している建築家のネットワークの紹介を受け、全国の建築家と容易にコンタクトできる。工務店は、建築家が設計するデザイン性の高い住宅を商品ラインナップに加えることで、他社と違う特色も出せる。また、特命受注で住宅の建築を請負うため、価格競争を回避できる点は、工務店の収益にはプラスである。

(参考:「野村週報」:2009 年 9 月 7 日号)

街の活性化策

銀座を支えた先達の考え

渡邊 明治 (壱番館洋服店会長)

1. 銀座は先達の努力によって、明治 5 (1872) 年の大火事や、大正 12 (1923) 年の関東大震災から復興し、美しく安全な街になりました。私たち跡取りは店の信用(のれん)という「天」、銀座という「地」、お客様や従業員という「人」をいただいて、仕事をさせてもらっている。こうした歴史と先輩の教えを守り伝承していくのが「銀座の旦那たち」の意地なのです。
2. 不況の今は、ある意味でいい時代かもしれません。なぜなら「主人の顔が見える店」は生き延びるでしょうから。銀座では創業 60 年で専門店、80 年で老舗、100 年になると「好店」と言うそうです。当店はまもなく 80 年。好店と呼ばれるまで、今の看板と信用を大切にしたいと思います。

(参考:「日経ビジネス」2009 年 6 月 29 日号)

古典に学ぶ

次代を担う者たちへ

「国民教育の一隅に身をおくものとして、教育の窮極目標はこれを一言で申せば、自分の受け持っている子らの一人ひとりが、すべて次代を担うかけがえのない生命だということを、単に言葉の上だけでなく、身に染みて痛感することでありましょう」

(参考:森信三「修身教授録抄」:致知出版社)