

お忙しくても、約 2 分間で読めます

山内公認会計士事務所

ハートフル・ワード (心からの言葉)

 TEL 098-868-6895
 FAX 098-863-1495

経営者への活きた言葉

長の長たる資格、一は「修身」、二は「場を高める」

1. 国であれ会社であれ家庭であれ、あらゆる組織はそこにいる長がどういう一念を持っているかで決まる。それがすべてとわかっていい。すぐれた長には共通して二つの条件があることを強く感じる。一は「修身」、二は「場を高める」。この二点に意を注がない長は長たる資格がない、と断言できる。気まま、わがまま、ムラッ気を取り去る。修身とはこのことである。さらに、公平無私、自己犠牲、先義後利（目先の利益を追わない。義務が先、娯楽は後）を率先垂範することである。長が私意をほしいままにして、組織が健全に成長するわけがない。
2. 次に場を高めること。長たる者は自分のいる場に理想を掲げ、そこに集うすべての人をその理想に向け、モチベートしていく人でなければならない。「適切な目標を示さず、社員に希望を与えない経営者は失格である」とは松下幸之助の言葉だが、まさに至言である。
3. 加えてもう一つ、長の一念を安岡正篤師が明示している。「偉くなることは必ずしも富士山のように仰がれるためになるのではない。なるほど富士山は立派だけれど、それよりも立派なものは大地である。山を載せて一向に重しとしない。限りなき谷やら川やらを載せて敢えて厭わない。常に坦々としておる。この大地こそ徳である。われわれもこの大地のような徳を持たねばならぬ」。長として欠かせない姿勢である。
(参考:「致知」2014年6月号)

経営者のための危機管理

自然科学者に求められる人間性

中村 桂子 (JT生命誌研究館館長)

1. 科学研究の場において最近思うのは、研究成果とその実用化の可能性が期待され、表に出ていく一方、科学者という人間が見えなくなっていることです。私が学生の頃は、先生の人間性に引かれ、そこに教えられながら、自分の道を探っていました。今はそうした、人に引き付けられている感覚が乏しくなり、新しいことが発見されると皆が騒いでその方向に行くことが多く、科学者が一人の人間として、日々の生活の営みの中で科学を探究していくという姿勢が少なくなってきました。
2. それを強く感じたのが 3 年前の震災の時でした。メディアに登場する学者や専門家が、人として自分自身を込めて語っているという感じが全くしなかったのです。これでいいのだろうかという危機感を覚えました。

(参考:「日経ビジネス」; 2014年3月10日号)

経営者のための営業学

トップ営業マンの姿

フィリップ・コトラー (ノースウェスタン大学特別教授)

1. 営業の仕事の一つは、製品の差別化のメッセージを伝え、消費者の意思決定に影響を与えることです。広告の効果が下がってきたことで、営業マン自身も広告イメージに頼れなくなります。もっとも、営業はBtoCとBtoBの違いがあって、スーパーの棚に自社製品が並んでいるかを調べるBtoC企業の営業マンと比べ、飛行機や産業用機器を売ったり、企業のコンピューターのリプレースを提案するBtoBのプロフェッショナルな営業マンは広告に頼るような仕事ではありません。
2. 私の知る限り、トップ営業マンというのは、単にものを売ろうとはしていません。顧客との関係づくりがうまく、人の話をよく聞き、とてもよく勉強し、自分の仕事によって顧客にどんな価値を提供できるかということ、とても大事にしながら仕事をしています。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2014年3月22日号)

古典に学ぶ

禍福は楯の両面である

(解説) そもそも禍にはつねに福が寄り添い、福にはつねに禍がひそむものだ。禍福は誰にも見きわめがつかぬ。両者を区別する基準はどこにもないのだ。正は邪となり、善は悪となる。人がこの対立転化の道理を忘れ、迷妄に陥ってから、すでに久しい。聖人は、相対的に価値を絶対視しない。方正であって方正をてらわない。清廉であって、清廉をてらわない。率直であって、率直をてらわない。明知であって、明知をてらわない。

(参考: 奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」; 徳間書店)