

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

企業の将来性を評価するためには現場を見る 新浪 剛史 (サントリーHD社長)

1. 企業の価値を測る数字は、ROE (株主資本利益率) が一般的でしょう。株主の資金が企業の利益にどれだけつなげたのかを見るわけですから。企業の収益性を測ることができる数字です。特に、同業企業同士の優劣を測るときには、指標の一つになると思います。しかし私は企業の力や将来性を示すのは、数字だけではないと思っています。何と云っても企業の将来は「社員のモチベーション」があるかどうかで決まります。
2. 例えば、流通や外食産業の企業の将来像を探りたいのなら、実際にお店に行ってみるのです。お店に入ったときの店員のあいさつはどうか、扱っている商品の質はどうか、魅力ある商品がそろっているか…。全てが満足でき、店員が生き生きと働いている店ならば、その企業は経営が安定し、今後も社員一丸となって成長しようという機運が高まっているのだと思います。将来性がある、とみていいでしょう。
3. また、メーカーであれば、工場見学に参加して生産現場の雰囲気や熱意を感じてもいいし、ここ数年発売した商品の質を「実際に手に取って」確認してみるのもいいでしょう。細かいところにも手を抜かず、プライドを持ってものづくりに挑んでいる様子が伝わってくれば、この企業も成長する可能性があると考えてよいと思います。企業の将来性を正しく評価するためには、数字だけでなく、「現場を見る」というひと手間かけることが大切です。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2014年12月13日号)

経営者のための危機管理

勝ち負けは自分たちで決める

藤森 義明

(LIXILグループ代表執行役社長兼CEO)

1. 大企業を変革するには、根本から全部ぶち壊すぐらいの覚悟がないと成り遂げられない。最終的に今まで培ってきたものをすべて壊してでもやるという覚悟がなければ、新しいものはつくれない。日本の大企業の大きな問題の1つが全部ぶち壊せないこと。伝統があり、OBがいて、成功体験がある。こういったものをすべて捨てられるかどうかだ。
2. 後継者づくりというのは、誰か1人私の後を見付けることではない。会社そのものや、社員そのものが考え方を次世代の考え方にもっていかないと会社は変っていかない。後継者プランというのは、次世代の人材をつくることに尽きる。私は営業利益率8%以下のビジネスは切ることを含めて考え直すと明言している。そうした気持ちを本当にもっているかどうか、ということが結果として表れてくる。勝ちか負けるかは自分たちで決めることができる。

(参考:「Wedge」: 2015年2月号)

ワンポイント経営アドバイス

小が大に勝つ

田村 俊一 (日経ビジネス編集長)

1. 少し古い話になりますが、2001年に米ハーバードビジネススクールの教授による「Judo Strategy (柔道戦略)」という本が出版されました。小さい企業が大企業に打ち勝つために必要な要素を、実際の様々なケースを基に分析したもので、それによると3つの条件が不可欠となるそうです。まずは「Movement」です。大企業より素早く動き、いち早く有利なポジションを築くこと。次は「Balance」で、大企業との協業などで、大企業との対決を避けること。そして最後が大企業の力を自らの反撃力に利用する「Leverage」といった具合です。
2. 大企業というのは往々にして、ほぼすべての大企業は動きが遅いものです。中堅・中小企業はここに勝機があります。これは古今東西、変わらぬ真理かもしれません。加えて、現代的な分析をすると、メガヒットが生まれにくくなった消費市場の構造変化も、実は中堅・中小企業に利することになるかもしれません。

(参考:「日経ビジネス」2014年12月8日号)

古典に学ぶ

風に乗る術 (その4)

(解説)「こうなると、目は耳となり、耳は鼻となり、鼻は口となり、各器官の機能の区別もなくなった、お前は、わたしのところに入門してまだいくらもたたないのに、二度も三度も恨みごとをいう。そんなことでは、大気はお前の小指一本乗せてはくれまい。それどころか、いまに大地でさえ足一本乗せてはくれなくなるぞ。風に乗るなど、とてもとても」。尹生は恥じいってしばらくは息もつけなかった。それ以後二度と恨みごとを口にしなかった。(参考:奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」:徳間書店)