

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

### 成長の時こそ一番危ない、創業以来のスピリッツを取り戻す 永守 重信 (日本電産会長兼社長)

1. 円安を追い風にして上場企業の 3 分の 2 が、2014 年 4 月～12 月期で経常増益になっている。ギリシャ問題や地政学リスクなど、難しい問題は続くが、日本企業にとっては久々に訪れた拡大の時代なのかもしれない。しかし、こんな時が一番危ないと私は思っている。私は成長とともに本気で不安になっている。規模拡大の一方で、日本電産の強みが薄れてきているように感じられて仕方がなくなっているのだ。
2. 企業の本当の強みは、風土でありスピリッツ (魂) だと思う。企業としては成長してきたが、私にはそれが弱くなっているように見える。当社は規模が大きくなるにつれて、一流大学を出た若者が入ってくるようになった。中途採用でも大企業の幹部が来てくれる。ところが優秀な人は増えているはずなのに、もかかわらず、徐々に日本電産のスピリッツが薄れている。
3. 例えば、急激な円安で原材料の輸入価格が上昇し、想定した利益が取れなくなると、「こんな円安が来るとは思わなかった」と言い出す。正解は、円安にも円高にも影響されない体制を作ることであり、その上でさらに付加価値を高めるのが日本電産らしさだ。「泣かない、逃げない、やめない」スピリッツである。企業というものは、そういう社風や精神に支えられていると思う。大事なものは、もう一度、原点を見つめ直して創業以来のスピリッツを取り戻すことだ。  
(参考:「日経ビジネス」2015 年 2 月 16 日号)

## 経営者のための営業学

### 「コト消費」が活況

1. 単なる「モノ」の消費ではなく、体験や思い出などの欲求を満たすサービスの消費である。「コト消費」が活気づいている。「コト消費」の定義はあいまいである。一般には、体験や思い出づくりなどに時間を使うタイプの消費行動を指す。多くは、特別感や非日常性、新鮮さを伴う。
2. 「コト消費」の拡大を示す例として、大手テーマパークの活況や、CD が売れない中でライブ (コンサート) や関連グッズの売上好調が続いていることが挙げられる。また、空きスペースを市民農園として有効活用するなど、都会で自然や農業を体験できるようなサービスも増加している。「コト消費」は、アイデア次第では様々なビジネスチャンスがあるものの、多くは模倣しやすいサービスが多い。  
(参考:「野村週報」: 2015 年 2 月 2 日号)

## 海外事情

### インド・ビジネス「10の鉄則」

1980 年代のインドで、マルチ・スズキが成功できた要因は幾つか挙げられるが、やはり、鈴木修社長 (当時) が、インド市場に対して真剣に向き合ってくれたことが大きい。そこで、インド・ビジネス「10の鉄則」を挙げると次の通りです。

1. インドの歴史、特に政治 (官僚の行動様式) や社会の変遷を理解する
2. 契約内容を明確にする
3. 明確な方針と少し高い目標を提示する
4. パートナー選びから、全ては始まる
5. きめ細かな事業戦略を立てる
6. フェアかどうかをはっきりさせる
7. 重要なポジションをインド人に任せる
8. 先入観を持たない人材を派遣する
9. コミュニケーションを重視する
10. 自分を理解してもらうより、まず相手のことを理解する  
(参考:「週刊ダイヤモンド」2015 年 1 月 24 日号)

## 古典に学ぶ

### 滝の奇人

(解説) 孔子が吕梁<sup>リョウリョウ</sup>にかけた時のことである。滝がなだれおち、しぶきをあげる急流は三十里もつづいていた。亀や魚でさえ、とても泳げたものではない。と、一人の男が浮き沈みしている。孔子は歩みよってたずねた。「この流れを泳ぐ秘訣をお教えてください」。「いや秘訣など、別にありません。わたしは「故」から始め、「性」に長じて、「命」になっただけです。つまり、陸に生まれて陸にくらす。これが故です。水になれて泳いでくらす。これが性です。上手になろうとしなくても、上手になってしまう、これが命です」。  
(参考: 奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」: 徳間書店)