

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

内部告発者の役割を重視すべきだ 野口 悠紀雄 (早稲田大学ファイナンス総合研究所顧問)

1. 一般に、コーポレートガバナンスの手段として、社外取締役が重要であるとされる。内部取締役が会社を自分たちのものと考えているのなら、それを社外からチェックすることが必要だという論理は、一見してもっとものように思われる。しかし、今回の東芝の事件で、社外取締役は全く機能しなかった。それも当然のことで、経理は極めて専門的で、外部から把握するのは不可能に近いほど困難だからだ。
2. いまや、社外取締役は、退職官僚にとって重要な再就職先になっているといわれる。これまでのような形で取締役に天下りすることが難しくなっているために、社外取締役の形で再就職しているというのだ。学者もそうだ。その昔、大企業の社外取締役になりたくて大学を辞めた人もいた。以上のような事情があるので、社外取締役は増やすことが必要であると考えられている。しかし、そんなことで大組織のコーポレートガバナンスの問題が解決されるはずはない。
3. 私は、内部告発者に注目すべきだと思う。今回の東芝の不正も、証券取引等監査委員会の情報提供窓口への内部通報で発覚した。告発者がその後どうなったかは、全く分からない。しかし、東芝としては、内部告発者の捜査や処分を、決してすべきではない。仮にそうしたことを行い、それが明るみに出れば、もう東芝は立ち直れないだろう。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2015年10月3日号)

経営者のための危機管理

100円ショップ悪戦苦闘

1. 輸入に頼る内需企業は昨今の円安に苦慮している。苦労を強いられているのが、100円ショップだ。販売単価が固定されているだけに、円安対策の柱の1つは内容量の削減になる。各社ではお菓子などの食品や、ティッシュペーパーなどのパック商品を中心に減量が進む。大きさが決まっている原価低減しにくい、ボウルなどの樹脂製日用品から手芸用品など、趣味性が強く原価も低い商品への転換も進む。業界大手のセリアが先んじたが他社も追随。最近では最大手のダイソーを筆頭に、海外出店も目立つ。
2. 「円安対策には新商品開発あるのみ」と話すのは、100円ショップ向け商品を手掛ける小久保工業所。年間300点の新製品を開発し、小売店に積極提案する。ハム用カッターや手もみジュースなど、アイデア商品で差別化を図る。

(参考:「週刊東洋経済」2015年10月10日号)

ワンポイント経営アドバイス

むしろ日本人が学ぶべきだ

鈴木 修 (スズキ会長)

1. スズキがインドの成長に寄与できたのは、真面目だったから。インド政府と合弁会社をやれて、その関係を裏切らなかった。小骨がのどにつかえることはいっぱいあったけど、大体は日本のスズキとインド政府の「自動車産業を育成しよう」という思惑が一致して、その道を進んできた。相互の信頼関係が崩れなかったことがやっぱり原動力です。
2. 世界のどこの国でもそうだけど、風俗、習慣、言語が違いますから、相互に信頼することが大事です。だけど、「俺が教えてやる」とか、「君が生徒で僕が先生」という意識を持ったらいかん。インドの人たちが日本へ見習いに来ている時の仕事の覚え方なんかを見ていると、むしろ日本人が学ぶべきでしょう。

(参考:「日経ビジネス」:2015年9月28日号)

古典に学ぶ

上杉鷹山 (1751年~1822年) の経営改革 (その3)

(解説) 鷹山は経営改革を進めるにあたって、次のような方針を示した。「財政の建て直しには三つの弊害を正さなければならない。三つの弊害とは、一に制度の弊害、二に物理的な弊害、三に意識の弊害である」。このなかでとくに大切なのは意識改革だと告げた。(参考:山本七平「指導者の帝王学」): PHP