

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

新人教育は企業の理念を理詰めで説き、体得させる 永守 重信 (日本電産会長兼社長)

1. 新人が入社して数カ月ほどたった。しかし、企業にとってはここからの数年間は何より大事なのではないか。社員として必要なスキルを身に付けると同時に、企業が持つ考え方・理念、行動原理をしっかりと体得してもらう時期だからだ。知識や知見が重要なのは言うまでもない。だが、それだけでは企業の強みにはならない。知識や知見は、企業固有の理念、行動原理と一体となってこそ強さになるはずだ。
2. 新入社員の教育は、そこが難しいとよく言われる。最近では、以前よりも語学力はあるし、IT (情報技術) の知識も持っている新人が多い。古くさい理念などにはなかなか乗ってこないと思われがちだからだ。そうだろうか。私は今の若者には、彼らに適した教育方法があるように思う。1 つは理詰めで理解してもらうこと。理念でいえば、なぜこう動いてほしいのか、当社はどうして、そういう行動を大事にするのかといったことを分解してきちんと話すのだ。
3. 当社には「圧勝の三条件」「(日本電産の) 三大精神」といった考え方がある。前者は「(市場には) 一番に参入する」「技術優位性で勝つ」「低コストである」といったもの。常にスピード良く動き、技術コストで勝つ意識を持つということだ。後者は、「情熱・熱意・執念」「知的ハードワーキング」「すぐやる、必ずやる、出来るまでやる」という創業以来掲げてきた行動原理である。

(参考:「日経ビジネス」2016年5月23日号)

経営者のための危機管理

コジマの完全復活はあるのか

1. コジマは 2012 年 6 月にビッグカメラの傘下に入り丸 4 年。ようやく復活への道筋が見えてきた。コジマは 1990 年代、「安値世界一」を掲げ、徹底した低価値戦略で急拡大を遂げた。1998 年には業界首位を勝ち取るが、栄華は長続きしない。競合も出店攻勢をかけ、4 年後の 2002 年にはヤマダ電機に首位を奪われた。
2. 巻き返しを図るべく、コジマも出店攻勢をかけたが、無理な値引きを繰り返し、収益が悪化。2002 年以降は 8 期連続の営業赤字を計上するなど、結局は自力再生をあきらめ、ビッグに救済される形で傘下に入ったのだった。統合から 4 年。コジマはやっと、先の見えない苦境から抜け出しつつある。ただし、まだ真の復活とは言えない。競合幹部も「脅威に感じることはない」とまだコジマの復活に半信半疑だ。

(参考:「週刊東洋経済」2016年6月18日号)

心・健康・環境について

メタボになりやすい業種

1. 日本の勤労者約 12 万人のデータから「メタボ」になりやすい業種が特定された。まず、全業種での男性のメタボ率は 22.2%と、約 5 人に 1 人がメタボだったのに対し、女性は 4.4%にとどまった。業種別では、男性の「建設業」「運送業・郵便業」「学術研究、専門・技術サービス」「協同組合・郵便局などの複合サービス事業」でメタボ率が高いことが判明した。
2. 特に「運送業・郵便業」の男性は、ウエスト周囲径高値、高血圧、高血糖、脂質異常と、全ての項目で有病率が標準を上回った。一方、女性は「医療・介護」「協同組合・郵便局などの複合サービス事業」でメタボ率が高かった。「医療・介護」では、血圧こそ標準だったが、ウエスト周囲径高値、高血糖、脂質異常の 3 項目で有病率が高い。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2016年6月11日号)

古典に学ぶ

もう一つの武徳である勇氣

(解説) 狡い策略がとかく戦術として通用し、露骨ないつわりが戦いの計略としてまかり通りやすい時代に、率直で正直な、この男らしい徳は、最も光り輝く宝石であり、最大の賞賛をうけたのだ。廉直はもう一つの武徳である勇氣と双児の兄弟である。

(参考:佐藤全弘訳新渡戸稲造著「武士道」: 教文館)