

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

トマトの会社から野菜の会社に 寺田 直行 (カゴメ社長)

1. 2015 年に、10 年後の環境予測をやったときは、社会問題の深刻化に驚きました。はっきり言うと悲惨な国になります。でも、そこはカゴメにとってビジネスチャンス。そこから 10 年後のカゴメ像を考え、それに向けた中期経営計画を策定しました。10 年後には生の野菜を買って自分の家でサラダを作ることはなくなります。世帯数の減少や働く女性の増加で、時短と簡便が求められるからです。
2. 「トマトの会社から、野菜の会社に」というスローガンを発表したとき、社内から「トマトと野菜の会社じゃないのか」という意見もありました。しかし、「トマト」をスローガンに残して過去を引きずり、変化は難しいと考えました。「野菜の会社」とすれば、事業領域は幅が出ますし、トマトという「モノ」から健康という「コト」へと事業もずらしやすい。健康寿命を延ばすといった社会課題の解決にも取り組みやすくなります。
3. 野菜の会社になれば、カゴメは健康関連市場のど真中に立つことができると思います。消費者に商品を通じて多様なソリューションを提供できるだけでなく、多くの企業とのコラボレーションも推進しやすくなります。

(参考:「日経ビジネス」2017 年 10 月 30 日号)

経営者のための営業学

外国人観光客に人気 (ドン・キホーテ)

1. ドン・キホーテホールディングスは、1987 年に第 1 号店を出店以来 28 年連続で増収増益を続けてきた。ドンキの各店では近年、外国人観光客の数が右肩上がり増加している。2015 年 6 月期にドンキで免税手続きした客の数は約 92 万人だったが、2017 年 6 月期には約 322 万人にまで急増した。
2. ドンキが外国人観光客に人気の理由は二つある。一つ目は多種多様な商品の売り場を圧縮陳列などで演出したアミューズメント性だ。二つ目は、深夜営業により夜間の観光需要を取り込んだことだ。ドンキを訪れる外国人観光客の数も最も多いのは午後 10 時前後。夕食を終え、行き先のない人たちが買い物を楽しんでいる。

(参考:「週刊ダイヤモンド」:2017 年 11 月 11 日号)

経営者のための経済学

平成の日本経済 (官から民へ)

牛尾 治朗 (ウシオ電機会長)

1. この 30 年で印象深い動きといえば、やはり規制緩和と民営化だろう。平成の日本経済は、一貫して鉄道、通信、郵政と、官から民へのシフトをやってきた。民営化前の国鉄の職員なんて、それはもう偉そうだった。1987 年に JR になって、サービスは、世界に誇れるほどよくなり、流通業や電子マネーなどに進出した。
2. 通信自由化はもっと重要だった。通信自由化の当初の狙いとしては、せいぜい市外通話を安くしようという程度だったが、本当に技術革新が進んだ。移動体通信なんて当時は自動車電話ぐらい。それが今では完全に固定電話に取って代わった。今の経済繁栄の 7 割ぐらいは通信自由化によるものなのではないか。郵政民営化は、本格的改革はこれからだ。

(参考:「週刊東洋経済」2017 年 11 月 11 日号)

古典に学ぶ

眼で人の善悪正邪はわかる

(解説) 孟子の人物観察法は、人の眼によってその人物のいかんを鑑別するもので、心情の正しからざるものは何となく眼に曇りがあるが、心情の正しいものは、眼がはっきりして淀みがないから、これによってその人のいかなる人格であるやを判断せよというにある。

(参考: 洪沢栄一「論語と算盤」: 図書刊行会)