

<p>お忙しくても、約2分間で読めます</p> <h1>ハートフル・ワード</h1> <p>(心からの言葉)</p>	<p>山内公認会計士事務所</p> <p>TEL 098-868-6895 FAX 098-863-1495</p>
--	--

経営者への活きた言葉

経営の信念が問われる時代の到来 延岡 健太郎 (大阪大学大学院経済学研究科教授)

1. 企業は株主価値や収益ではなく、社会的責任を優先すべきだとする論調が近年強まっている。この傾向がコロナ禍の前に始まっていたのは、社会にとってわずかな幸運といえるだろう。2019年には米大企業のCEO(最高経営責任者)200人近くで構成されるビジネスラウンドテーブルが、利益最優先の経営目標を取り下げた。企業は株主利益ではなく「すべての利害関係者(顧客、従業員、取引先、地域社会、株主)」に貢献すると宣言したのだ。
2. 米MIT(マサチューセッツ工科大学)のレベッカ・ヘンダーソン教授が最近出版した「資本主義の再構築」では、環境と人に優しい経営を重視すべきだとし、「企業業績だけを目標とするよりも社会問題との両立を実現する経営のほう格段に複雑であり、そのために企業は社会的な視野から経営目的と存在意義を明確に持たなくてはならない」と言う。
3. 自らの信念を前面に出す経営を筆者(延岡健太郎)はアート思考と定義し、最近「アート思考のものづく」を出版した。近年はやったデザイン思考は顧客満足を、アート思考は哲学の表現を目指す。顧客ニーズへの対応や経営効率を追求するだけでなく、社会的視野から自らの哲学を明確に持ち、それを基盤にぶれない経営をすることだ。コロナ禍では、経営者と従業員、協力企業、顧客の間に強い信頼関係を築き、相互に助け合う高度な「社会関係資本」が求められる。

(参考:「週刊東洋経済」2021年2月27日号)

幹部への活きた言葉

相手がいま何を必要としているかをつかむ 鈴木 秀子(国際コミュニケーション学会名誉会長)

1. 物質主義では、いまや人の心を満たすことができない時代に入ってきたのです。情報社会という言い方もされますが、あり余る情報は逆に不幸の要因ともなってしまいます。これから求められるのは、そういう意識を超えた「感性の時代」であると言われています。
2. 感性の時代に最も大切なのは、相手の望んでいることや喜び、悲しみに共感できるだけの柔軟で豊かな心です。相手がいま何を必要としているのかを的確につかむ感性の鋭さです。そういう心を持った人たちによって、お互いの気持ちを慮り、共に成長できる社会が生まれといたら、どんなにか素晴らしいでしょうか。

(参考:「致知」:2021年5月号)

ワンポイント経営アドバイス

目的は責任追求ではなく再発防止・業績向上 大村 禎史(西松屋チェーン会長 CEO)

1. 改善や改革を企業風土にする必要があるため、「問題と対策の報告」の制度を採り入れました。売り上げだけではなく、店舗運営や災害対策など、問題や事故が起きたとき、当事者を責めるのではなく、提起して対策を打つことを評価する仕組みです。例えばTシャツの売り上げが落ちた場合、実は納期の遅れ、つまりスケジュール管理に問題があるのに、「次にこういう商品を仕入れる」と仕入れの対策を立ててしまう。
2. 当事者が自分のミスを直視しない、同僚の悪口になる、などの理由で真の原因にたどり着けないことが起こります。私は、社員に対して、医者になったつもりで起こったことを客観的に見てほしいと伝えました。医者はマイナス情報にも目を向け治療するからです。目的は責任追求ではなく再発防止、業績向上にあるのです。

(参考:「日経ビジネス」2021年3月22日号)

古典に学ぶ

貧富の差はいつの世、いつの時代も存在する

(解説) 社会には、みだりに貧富の懸隔を強制的に引直さんと希う者がないでもないけれども、貧富の懸隔はその程度においてこそ相違はあれ、いつの世、いかなる時代にも必ず存在しないという訳には行かぬものである。人に賢不肖の別、能不能の差があつて、誰も彼も一様に富まんとするがごときは望むべからざるところ、したがって富の分配などとは思い寄せぬ空想である。

(参考: 渋沢栄一「論語と算盤」): 国書刊行会