

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

### 進化する日立の「イズム」(変わるもの、変わらないもの)

- 1973年に放映が始まった日立製作所のテレビコマーシャル。「この木なんの木、気になる木」の初代CMは、こんなメッセージで締めくくられている。「みんなが集まって、みんなが持ち寄って、新しいものを作ろうと思っています。あなたを取り巻く問題が、日立のテーマです」。短いフレーズだが、日立が創業以来貫いてきたイズムをよく表している。1つは集団主義。もう1つは新しい技術へのこだわりだ。
- 日立は個人がそれぞれの力で戦う個人プレーよりも、協力して課題に立ち向かう団体戦を重んじてきた。それは日立が1910年に鉱山向けで発足後、水力発電、鉄道と事業を拡大してきた歴史と密接に関わる。インフラ設備のように規模の大きな案件は、個人プレーで解決できるようなものではない。チームで取り組むしかなかったのだ。そのせいか、ソニーやパナソニックなど、ほかの電機大手と比べて、創業者小平の影響は薄い。
- 昔も今も変わらない成長の種は、技術である。5馬力モーターから始まり、鉄道、家電、コンピューター、計測機器とこれまでも時代のニーズに応じてさまざまな新技術を生かして事業を展開してきた。日立はこれからグリーン、グローバルに次ぐ第3の柱の育成を進めていくことになる。

(参考:「週刊東洋経済」2024年3月9日号)

## 経営者のための理念・哲学

### 会社も社員も自分で考え行動する

#### 橋本修 (三井化学社長)

- 当社は「自主・自律・協働」を社員に求めている。これからの時代、付加価値を生まない企業は生き残れない。会社も社員も自分で考えて行動し、経験を積む必要がある。また、素直に話を聞いてもらうには、相手が受け入れやすい言葉遣いが大事。経営者・社員の双方が肝に銘じるべき視点だろう。
- 高度経済成長期の経営はトップダウン型が主流だった。欧米の先進企業にならい、効率性を追求することで成長できたが、今は違う。自分で考えて行動し修正する。そんな個人個人の力の集合体が会社としての強さになり、価値を複合的に生み出していける。日本企業が持続的に成長していく方法はそれしかない。

(参考:「日経ビジネス」2024年3月11日号)

## 新規成長分野

### 自動車ディーラーに異業種が続々参入

- 2023年11月、仙台市に本社を置き、三菱自動車を扱うディーラー、東北自動車販売が倒産した。最盛期には宮城県内で三菱自動車系列店を10店舗以上展開したが、三菱自動車の燃料改ざん問題で経営は暗転した。不採算店舗閉鎖に伴う特別損失の計上や販売不振が続いたことで資金繰りが悪化。設立から69年でその歴史に幕を閉じた。こうしたディーラーの経営悪化は全国に広がっている。
- 一方で逆風が吹く中、果敢にディーラー事業に参入する企業が目立ってきている。象徴的なのが、家電量販店「ヤマダデンキ」を全国で展開するヤマダホールディングス(HD)だ。今回ヤマダが始めたのは、EVと住宅とのセット販売だ。セット販売の強みは、クルマの購入費を低金利の住宅ローンに組み込める点にある。オートパックスセブンは、独BMWや独アウディの販売に加え、EV(BYD)販売に参入する。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2024年3月16日号)

## 古典に学ぶ

### 相手のために行動する

- まず、人の利益になることを考えて行動する。これが利他の精神ですが、実は、そのほうが自分自身にとって楽であり、また物事もスムーズに進むのです。
- あなたも、自分のために何かをやるよりも、相手のために行動するほうが身軽に動けると感じたことはないでしょうか。たとえば、大事な家族や友人、仕事相手のために何かしてあげる時は、モチベーションが上がるものです。

(参考:名取芳彦監修「空海 道を照らす言葉」:河出書房新社)