

お忙しくても、約 2 分間で読めます

ハートフル・ワード (心からの言葉)

山内公認会計士事務所

TEL 098-868-6895

FAX 098-863-1495

経営者への活きた言葉

ブランドには社員一人ひとりの言動も含まれる 月尾 嘉男 (東京大学名誉教授)

1. 日本各地の地域特産品のブランド確立が盛んになっている。2006 年 4 月に、経済産業省が地域団体商標制度をスタートさせたことで、地域ブランドに対する関心は一挙に熱を帯びてきた。地域名称を冠したブランドは、その地域の人々が長年の歴史で培ってきたその土地の文化風土が集約された貴重なものだ。だからこそ、今後も大事に育てていきたいし、よもや「ブランドが地に落ちる」ことがないように、正しく社会に貢献する努力を続けてもらいたい。
2. ところで、企業が製造・販売する商品も、また提供するサービスも、企業のトータルブランドイメージによって、売れ行きや評価が左右される時代になっている。Aブランドの製品ならば優れている、Bブランドのものは安心できるというブランドイメージが企業の生命線になる。
3. 言い換えれば、ブランドに集約・象徴される企業活動全体が、質^{ただ}される時代であることを企業人は理解すべきである。それには社員一人ひとり言動も含まれる。企業人としても、またひとりの人間としても、高い倫理観が問われる時代である。 (参考:「PHP Business Review」2007 年 3・4 月号)

経営者のための経済学

二極化社会の象徴

1. コンビニは、二極化社会の象徴である。店員の仕事は、差し出される商品を POS でスキャンすることと棚の陳列ぐらいで、三日もすれば熟練してしまう。何十万アイテムもの販売データがリアルタイムで流れ込む本部には、頭脳部隊がいる。データを解析、商品政策、組織運営の戦略を決める。かつて、店頭と本部の間にあった、知恵と工夫に支えられた受発注その他の膨大な業務は、すべて IT システムが代替した。
2. IT 革命の本質は、中抜きである。池尾和人・慶応大教授は、「10 年、15 年費やして技能を高め、給料も上がり、キャリアと認められる業務、職種が急速に減っている」という。企業、産業を問わず中間層の仕事が消滅し、象徴的にいえば、データを入力するだけの単純労働者と、それを分析する高度専門知識を備えた頭脳労働者、低額所得者と高額所得者に二極化する。中間層は前者の仕事に回らざるをえない。最大の問題は、単純労働に就いた人びとは技能を磨きようもなく、賃金も上がらず、格差が固定することにある。

(参考:「週刊ダイヤモンド」:2007 年 2 月 10 日号)

人事・労務について

職場から会話が消えた

1. 多くの企業や組織の現場で、業務の分業が進み、個人単位で成果を求められている。職場は分断され、それぞれが独立する姿に変貌した。立ち上がらないと隣が見えない高さのパーティションで、デスクを仕切る会社も今や少なくない。それに伴い、自分の弱みや不利をさらけ出す問いかけ、同僚のために時間を割いてやる余裕が消えた。
2. 全員が自分の仕事をこなすことで手いっぱいなのだ。余裕がないから対話が消え、必要最低限のことだけメールで済ますようになる。新人が入ってきて、教えることができない。自分以外への気配りができないので、組織がギスギスしてくる。全員が「いつか辞めてやる」と思いながら、仕事をするようになる。日本企業の根源的な組織能力低下の要因は、現場のチームワークの欠如にある。

(参考:「週刊東洋経済」2007 年 2 月 17 日号)

古典に学ぶ

やむなく発する花

「已むを得ざるに^{せま}薄りて、而む後に諸を外に発する者は花なり」

(訳) 花は人や蝶のために咲くのではない。自然に精気がほとばしるように咲くものである。

(参考:佐藤一斎「言志四録」): PHP 文庫