

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

新興国メーカーが参入できない分野を中核事業に

小川 紘一 (東京大学ものづくり経営研究センター特任教授)

1. 日本メーカーが研究開発した技術が、新興国に伝播するスピードが加速している。技術がマイコンの組み込みソフトや、製造装置の中に蓄積され、新興国に流通するようになったからだ。技術がいとも簡単に伝播し、新興国との間で技術力に差をつけるのが難しい状況では、国の制度や企業の経営を変革することが競争に打ち勝つために重要となる。
2. また、自社の強みを見極め、そこに注力する方向に経営をシフトしなければならない。日本メーカーは一般に、付加価値の最大化につながると信じて、あらゆる事業を内部に抱え込もうとする。雇用を守るためにも、幅広く事業を維持し続けたいという経営者の気持ちも分かる。ただ、その結果、オーバーヘッドのコストが非常に重くなっている。キャッチアップする側は、必ず、価格競争を仕掛けてくる。勝つためには、本当に守るべき事業を決めて、それ以外の事業は外部の会社に任せるようにした方がよい。
3. 新興国メーカーが簡単には参入できないような分野を見つけて、中核事業に位置づけるというのも、生き残り策の 1 つだ。三菱電機や東芝、日立製作所は家電事業から、社会インフラなどに主軸を移すことで、現在は比較的業績が堅調に推移するようになった。一方、パソナニックなどはテレビ事業を中核に位置づける経営から脱却できず、経営不振が深まった。以前とは産業構造が変わったことを認識し、経営も革新していくべきだ。
(参考:「日経ビジネス」2012年4月2日号)

管理者への活きた言葉

研究会の開催

佐々木 常夫 (東レ経営研究所特別顧問)

1. 営業部門と技術部門は、仲が悪い場合が多い。技術部門との関係を築いていない営業マンがあれこれ希望しても、なかなか聞き入れてもらえないだろう。希望を聞いてもらうためには、技術部門を味方につけることが不可欠だ。そのときのコツは、「利益」という共通言語を用いてコミュニケーションすることだ。「利益」は、お互いが関心を持つ共通項なので、同じ土俵で話せる。
2. また、「この人の言うことは耳を傾ける価値がある」と技術部門に一目置けることが必要だ。一目置かれるためには、研究会を開くことだ。顧客を招いて、自社の技術者に技術に関するプレゼンテーションをしてもらう。そして、営業マン自身が、技術者と対等に話せるだけの製品知識を持つことも必要だ。

(参考:「週刊東洋経済」:2012年3月31日号)

経営者のための理念・哲学

修己治人の学は日本の伝統的リーダー学

荒井 桂 (安岡正篤記念館副理事長)

1. リーダー学と聞いて私がまず思い出しますのは戦後、ダグラス・マッカーサーが時の総理・吉田茂に「明治の将軍たちに比べて、昭和の将軍の品格がお粗末に思えるのはなぜか」と質問したという話しです。吉田は「はて」というわけで、哲学者・和辻哲郎先生にその疑問をぶつけるのです。
2. 和辻先生は「明治将軍や提督は伝統的に修己治人の学を修め、維新の西南戦争など実戦の修羅場を踏んで鍛えられていた。ところが、大東亜戦争の時のそれは、陸軍大学や海軍大学を出たエリート中のエリートで、欧米の軍事技術には堪能であっても、修己治人の学が弱かったのではないかと答えた。日本には江戸時代まで己を修めた者こそが人の指導者になりうるという伝統的リーダー学が根付いていたのだ。

(参考:「致知」2012年4月7日号)

古典に学ぶ

志が立派なだけでは、世間は信用しない

「志がいかにか善良で忠恕の道に適っていても、その所作がこれに伴わなければ、世の信用を受けることができぬ訳である」(解説) どんなに素晴らしい志があり、思いやりの心を持っていても、それに従った行動ができなければ、世間の誰にも信用されるはずがない。(参考: 渋澤健「渋澤栄一 100 の訓言」: 日経ビジネス人文庫)