

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

商売はお客さまの立場で考えるもの 鈴木 敏文 (セブン&アイ・ホールディングス会長兼CEO)

1. 僕は、自分で商品を仕入れたこともなければ、売ったこともない。レジを打ったこともありません。ヨ一カ堂の社長をやっていたとき、会社で「鈴木は営業をやったことがない。人事や管理といったことは分かるかもしれないけど、営業は分からない」と言われました。しかし、僕もお客の一人だから分かります、お客さまのことは。商売というのは、お客さまの立場で考えるものであって、自分たちの経験で考えるものではない。だから常に、お客さまの立場で考えてきました。その上で、大衆が良いと思うこと、便利だと思ふことをやればいいと。味方はたくさんいます。
2. セブン-イレブンは、常に新しい商品を開発し、次から次に投入しています。その際に僕がいつも言っているのは、時代の変化に合わせるために、チームマーチャンダイジングをなささいということ。メーカーさんなり、いろんな外部の方々の良さを組み合わせて、品質の高い商品を開発なささいと。だからセブンカフェも、僕がコーヒーを出せと言ったわけではない。ただ時代の変化に対応なささいと言っていたら、商品部に行って3年ぐらいの若い社員が開発したのです。
3. マスコミは、よく「コンビニは飽和状態」と言うけれど、飽和というのは同質でなければ飽和ではないのです、常に新しい商品を開発し続ければ、大丈夫。同じコンビニという名前でも中身はまったく違う。

(参考:「週刊東洋経済」2015年6月6日号)

経営者のための経済学

街角の景況感 6 カ月連続上昇

1. 消費税以降、長らく悪化が続いた街角の景況感が大きく改善している。内閣府が公表する景気ウォッチャー調査によると、景気の方角感を示す先行き判断DIは、本年5月まで6カ月連続で上昇している。足元の景況感を示す現状判断DIも、拡大・縮小の分水嶺を表す50を上回る高水準に位置しており、街角の景況感は消費増税後の落ち込みを克服したと言えよう。
2. 景気ウォッチャー調査とは、タクシー運転者や、コンビニエンスストアの店長、職業安定所の職員等、景気に敏感な職種の方々を対象としたアンケート調査であり、街角の景況感を測る上で有用な調査である。同調査が示す景況感指数の動向は、家計動向関連、企業動向関連、雇用関連の3つの側面から説明される。(参考:「野村週報」:2015年6月22日号)

経営者のための理念・哲学

長寿企業の秘訣 (きちんと役に立つものを作る)

津田 純嗣 (安川電機社長)

1. 安川電機(本社・北九州市)は、今年創業100周年を迎えます。1つ目の長寿の秘訣は技術をもって、「きちんと役に立つものを作る」ことです。2つ目の秘訣は、きちんと役に立つものを「継続して提供する」ことです。工場内の設備や生産ラインが入れ替わるには10~20年かかります。つまり、イナーシャ(慣性)が大きいのです。古くなって壊れるまで、お客さんは今ある設備を使い続けようとするので、新しい製品がすぐに花開かないことが多々あります。
2. 長寿の秘訣の3番目は、自社の生きざまを「顧客にしっかりと認識してもらい信用を得ることです。①きちんと役に立つものを作り②それを継続して提供し③顧客にもしっかりと認識してもらう。長寿企業の秘訣はこの3つに集約されると考えます。

(参考:「日経ビジネス」2015年4月20日号)

古典に学ぶ

忘れる功德 (その3)

(解説) 儒者は得々として、その男の息子にいった。「この病気はきつとなおりますぞ。だが、このやり方は門外不出の秘伝じゃ。ほかの人を遠ざけ、七日のあいだ、ご主人とふたりだけにしておいてもらいたい。家人はいわれるとおりにした。さて儒者がどう治療したものか、七日たつと長年の病気がいっぺんになおってしまった。

(参考:奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」):徳間書店