

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

リーダーは部下に信頼される人徳を養う 牛尾 治朗 (ウシオ電機会長)

1. リコーの二代目社長を務めた館林三喜男さんは、内務省を経て政治家になり、さらに実業界へ転じた異色の経歴の持ち主でした。禅に造詣の深かった館林さんから学んだことはたくさんありますが、その一つに「名聞利欲」という言葉があります。これは「葉隠」の次の一節にもとづく館林さんの造語です。「名利を思うは武士にあらず 名利を思わざるも武士にあらず」(名利、つまり自分の名声や地位だけを求めるのは武士の本分に反することで、実に嘆かわしいことだけれども、しかし、全く立身出世を求めない人も武士として同じように嘆かわしい)
2. 館林さんは、名利を求める上で大事なことは、その地位を得るに相応しい実力を常日頃から養っておくことであり、上司の顔色を窺ったり、おべっかを言うのではなく、正々堂々と実力を蓄えて出世してほしいと説かれています。
3. 私は、館林さんの説かれる実力の基本は、人徳、彼の力であると考えます。人徳の重要性については、安岡正篤先生から「論語」の一節を引いて説いていただいたことがあります。「民は之に由らしむべし。之を知らしむべからず」(民は徳によって信頼させることはできるが、すべての民に真実を知らせることは難しい)。リーダーは部下に信頼される人徳を養わなければならないとのことでした。

(参考:「致知」2015年9月号)

経営者のための危機管理

百貨店弱体化の原因は何か

大西 洋 (三越伊勢丹ホールディングス社長)

1. なぜ百貨店は弱体化したのでしょうか。多くの人は、競争環境が変わったと語ります。事実、この 20 年で百貨店を取り巻く環境は劇的に変わりました。駅ビルや郊外の SC (ショッピングセンター) が台頭し、専門店やネット通販も拡大しました。業界の垣根を超えた競争は年々激しくなっています。けれど、私はこうした外的要因以上に、大きな問題が百貨店の「中」にあると感じています。それが、同質化と販売力の低下です。
2. 百貨店各社は、ある時からリスクを負わなくなりました。売り場に並ぶ商品の品ぞろえを衣料品メーカーなどのお取り組み先(取引先)に委ねるようになっていった。よく比喻されるように「場所貸し」に近づいたわけです。お取り組み先にとっては、百貨店だけが商売相手ではありませんから、駅ビルや SC にも出ていきます。その結果、百貨店はほかの業態との同質化が進みました。

(参考:「日経ビジネス」:2015年6月22日号)

経営者のための営業学

お客様目線を大事にする

1. 自転車で「製造小売り(SPA)」に進出し成功を収めたのが、自転車販売トップの「あさひ」だ。今や、国内で年間 870 万台ほど売られている自転車の 6 台に 1 台はあさひ製品だ。売上高は 2010 年 2 月期に 260 億円だったのが、2015 年 2 月期には 445 億円にまで伸びた。この期間に店舗数も倍増の約 400 となった。販売員がほとんど介在しないセルフ販売が一般的になった時に、あさひはその逆張りです。丁寧な接客やさまざまな修理への対応で、事業を拡大した。
2. 修理自転車の即日引き渡しを目指す「クイックサービス」や、来店客に 390 円で簡易点検を促す「サンキュー点検」などが特徴だ。さらには 3000 円の会費で 3 年間の無償点検や傷害補償が含まれる会員制度「サイクルメイト」にも力を入れる。SPA や PB は利益率が高いということで始めたわけではない。苦難の歴史を経験して、お客様目線を大事にすれば生き残れることができると判断したこと、その取り組みの第一歩がある。

(参考:「週刊東洋経済」2015年7月4日号)

古典に学ぶ

- うた
(解説) 薛譚は秦青について歌をならった。ある日、もう秦青から学ぶものはなくなったと思いこんで、いとまごいをした。秦青は別にとめもせず、見送っていった。町はずれまできて、秦青は手びょうしをうって悲しげに別れの曲をうたった。その声に林の木々はゆれ動き、空行く雲も、そのひびきに歩みをとどめた。その時はじめて、薛譚は自分のあやまちをさとし、もとどおりに教えを授けてくださいとたのんだ。

(参考:奥平卓・大村益夫訳「老子・列子」:徳間書店)