

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

勝ち残るため、これまでと違う社風や企業文化を生み出す

1. 大企業が社風や組織風土の改革・浸透に乗り出している。これまでの価値観が通用しなくなるという危機感だ。京セラ、キリン、日立等、アプローチは異なるが、各社に共通するのが、現状の社風では競争力が低下してしまうという危機感だろう。デジタル変革の波がありとあらゆる業界に押し寄せる中、長年培ってきた社風や企業風土が逆に弊害となる可能性もある。
2. 各社がここに来て社風を重視するのは、企業を取り巻く環境が変化してきたからだろう。かつての日本企業の風土は、終身雇用や年功序列といった「家族主義的」な経営をベースに醸成されてきた。今やこれらの制度は崩壊し、仕事の内容や給与を明確にして雇用契約を交わす「ジョブ型」への移行がコロナ禍で加速している。制度や時代に合った社風づくりが待ったなしだ。
3. さらに単純なモノ売りからサービスなどのコト売りへ変化し、デジタル化でビジモスモデルの変更も余儀なくされている。「社風の正体」の著者である植村修一氏は、「あらゆる業界の構造が変わる中、勝ち残るためにはこれまでとは違う社風や企業文化を生み出す必要が出てきている」と指摘する。

(参考:「日経ビジネス」2021年8月16日号)

経営者のための営業学

ホテルの盲点を付く「欠点がない」挙式

1. コロナ禍で沈む結婚式市場。ここで「勝ち組」として健闘するのが、1922年に開業し「社交の殿堂」として親しまれてきた宴会場・東京會館だ。直近もその人気は変わらない。20年後半には、21年の枠(約1100件)はほぼ完成。今年5月は100件超の式を開催し、19年5月の実績を20件上回った。列席人数も1件につき80人ほどと、コロナ前の水準に回復している。
2. 東京會館が手がけるのは主に、列席者100人などの大人数、かつ単価700万円以上のハイエンドな結婚式だ。新郎新婦は「安心感や上品さを重視したい」「自分たちだけでなく、両親やゲストにも不快な思いをさせたくない」という意向を持つ場合が多い。これらのニーズが、東京會館のあらゆる施策の根底にある。両家の両親に対しても、必要に応じて一日を通じて介添人を付ける。

(参考:「週刊東洋経済」:2021年7月31日号)

経営者のための経済学

日本はさらにジリ貧となる

佐々木 融 (JPモルガン・チェース銀行東京支店
市場調査本部長)

1. 2020年の日本の平均年収は440万円だが、これは2000年の464万円よりも若干減少してしまっている。1991年でも439万円なので、ほぼ30年間日本の平均年収は変わらないことになる。これは他国と比べてかなり異常なことだ。カナダとスイスは2000年からの約20年間で、2割程度の増加とやや少なめだが、その他の主要国はおおむね1.5倍から2倍に増えた。
2. このままの状況が続くと、日本人にとって海外のモノやサービスはさらに割高になっていくだろう。というのも、日本人の給料は上がらない一方、海外の人の給料は上がり、現地の物やサービスの価格は上昇する。外国人にとって、日本はさらに割安な国となるだろう。「悪い円安」は既に始まっていると考えた方がいいのかもしれない。日本はこのまま何も手を打たないでいると、国際社会の中で、さらにジリ貧となるだろう。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2021年8月7日・14日号)

古典に学ぶ

国家多数に富を致す

(解説) 事業界のこともまた、この理にほかならぬもので、多く社会を益することではなくては正徑な事業とは言われない。かりに一個人のみ大富豪になっても、社会の多数がために貧困に陥るような事業であったならばどんなものであろうか。いかにその人が富を積んでも、その幸福は継続されないのではないか。故に国家多数の富を致す方法でなければいかぬというのである。

(参考: 渋沢栄一「論語と算盤」: 国書刊行会)