

<h1 style="text-align: center;">ひまわり通信</h1> <p style="text-align: center;">目標設計・人事労務・社会保険事務手続き・助成金</p>	<p>社会保険労務士 深川順次 福岡市東区香椎4-11-17-201 TEL 092-661-0552</p>
<p>今月の言葉          少にして学べば、即ち壮にして為すことあり          壮にして学べば、即ち老いて衰えず          老いて学べば、即ち死して朽ちず  <span style="float: right;">(佐藤一斉 言志四録)</span></p>	

2005年2月号 (通算第36号)

先日、「ハートフル・ビジネスカレッジ」のセミナーに参加しました。古典や先人の教えに学び、人生や経営の根幹を太くしようというのが目的です。上記の佐藤一斉の言葉にも非常に感銘を受けています。人は死ぬまで人間的成長を続けること、人間的成長を続けるためには学び続けることが大切であることを訴えているような気がします。

今の社会、目先の利益を追い求めがちです。それが度を過ぎると不祥事となり社会から指弾され、信用を失墜してしまいます。個人においても企業においても不祥事が続出しています。NHKチーフプロデューサーや税金を食い物にしている政治家や行政官僚たち、企業では三菱自動車や鉄鋼大手JFEスチール(有害物質垂れ流し、データ改ざん)など上げればきりがありません。

だからこそ、政治家や官僚達が作った法令の遵守にとどまらない、人間としての生き様を古典や先人の教えに学ぶことが大切なのだろうと思います。

## 古典・先人の教えに学ぶ

### 当面の利益を確保する活動

私たちには大別すると3つの活動があるだろうと思っています。①当面の利益を確保する活動、②自分(自社)なりのビジネスモデルをつくり上げる活動、③経営理念やブランド、企業風土をつくり上げていく活動です。

①は当面の1~2年を生き延びるための活動でもあります。生きていくためには人件費や地代家賃、水光熱費や消耗品費などある程度の固定費をペイできるだけの粗利を稼ぎ出さないとイケない。これは冷厳なる事実です。だからこそ粗利益の源泉であるお客活動を一生懸命やる必要がある。企業の第一の目的である「顧客の創造」(ドラッカー)に精を出すことが大切だろうと思います。それを数値目標として明確にすることです。その数値目標を実現するために全力を尽くすことです。理想だけでは食っていきませんから。

しかし目先の利益を追い求めるだけならば明日はありません。補助金(食肉詐称事件)の不正受給にからんで日本食品などが倒産に追い込まれました。社会保険労務士も助成金の不正受給にからんで逮捕されたり処分を受けたりした人が何人もいます。

だがそれは不祥事を引き起こすだけではありません。変化に対応できなくなります。公共事業にぶら下がっていた土建業が危機に瀕しました。また元請にぶら下がっていた下請業者もしかりです。大変動の時代、変化への対応ができなければ命取りとなります。

だからこそ、②の自分(自社)なりのビジネスモデルをつくり上げる活動や③の経営理念やブランド、企業風土をつくり上げていく活動が大切なのだと思います。しかし②は3~5年ぐらいかけて頭脳に汗してつくり上げる活動ですし、③は10~15年ぐらいい頭脳に汗してつくり上げる活動です。目先の誘惑に負けず、②と③の活動を意識的に行っていく経営者が自社を「ビジョナリー・カンパニー」(『ビジョナリー・カンパニー 飛躍の法則』をご一読ください)に飛躍させ

ていくことができるのだらうと思います。

### 自分(自社)なりのビジネスモデルをつくり上げる活動

ビジネスモデルを作るということは、ここだけはどこにも負けないという強みをもつことです。企業業績のよいところは必ずどこかに強みを持っています。以前この「通信」でも紹介した「百万分の一の歯車」の樹研工業はその典型例でしょう。

ビジネスモデルをつくり上げていくうえで、非常に参考になるのがランチェスター経営です。ランチェスター経営とは、誤解を恐れずに言えば中小企業経営者が自分(自社)の強みを発見し打ち鍛え、経営を構成する8大要因のどれかで1位を目指すことです。8大要因とは、a商品(サービス)、b地域、c業界客層、d営業、e顧客維持、f組織、g財務、h時間ですが、竹田先生はその中でも特に「小さな会社は商品(サービス)、地域、業界客層を重点化しなさい」そして「同業者の中で上位10%以内に入れば業績がよくなる」と述べています。

そのためには何よりも事業内容をよくしたいという社長の意欲、願望、向上心ややり遂げるといふ決断力や忍耐力が大切であることは言うまでもありません。意欲や願望の強さは形がなくて測定ができませんが、竹田先生は間接的に次の3点から推し量ることができるとしています。①業歴と従業員の数、②社長の朝の出勤時間、③社長の1年間の総労働時間です。特に業績がよい会社の社長は朝の出勤時間が早く、長時間労働をしているとのこと。その典型例が日本電産の永守社長でしょう。

まさに 仕事の成果 = 量<sup>2</sup> × 質 を証明しています。

同時に大切なのは社長の夢を共有し一緒に実現したいと従業員に思わせる人間的魅力 = 人徳能力です。竹田先生はこの人徳能力を次の5点から明らかにしています。①社会的責任を守る、②約束の実行、③人間としての思いやり、④寛大さ、⑤自分を例外としないことです(松下幸之助翁は「素直な心」を強調しました)。そしてこの人徳能力を高めるためには古典や先人から学ぶことが大切なのだと思えます。(以上『ランチェスター社長学』竹田陽一著参考)

### 経営理念・ブランド・企業風土をつくり上げていく活動

#### 「始めに志ありき」(日本電産 永守社長)

インターネットで経営理念を検索したら19万1330件もできました。それほどまでに経営理念という言葉は浸透しているし、経営理念を掲げている企業も多いようです。私が以前働いていた職場でも「和」という文字が額縁に入れられ壁にかけてありましたが、ついぞこの言葉が何を意味するのか聞いたことがありませんでした。経営理念がアクセサリになっている会社も多いようです。

経営理念という言葉自体が非常に難しいのでいろんな解釈ができるでしょうが、たとえば創業者や経営者の「思い」や「志」を表現したものとか「企業の存在意義を明確にし、合わせて社員の人生を形作る哲学であり、行動規範となる原理・原則」(『経営理念の研究』佐々木直)と表現されたりしています。

今年の大学生就職希望総合ランキングNo.1はサントリーだそうです(日経新聞2月4日号)。そのサントリーの「やってみなはれ」や堀場製作所の「おもしろおかしく」、日本電産の「すぐやる、かならずやる、できるまでやる」は創業者の人生哲学、経営哲学を明らかにしたものです。この言葉が歴史的な重みを持って語られ、企業風土となったとき経営理念や行動指針となっていくのだと思えます。

以上3つの活動を推し進めていく上で、古典や先人の教えから学ぶことの重要性は計り知れないものがあると思っています。