

経営者への活きた言葉

社長業は1つの「係」 末川 久幸(資生堂社長)

1. 私の辞書に「前例踏襲」という言葉はありません。去年もこうやっていましたからと言うと説明は楽です。減点法だとチャレンジに失敗すると怒られる。そうじゃなくてチャレンジしたということで加点してあげないといけない。
「世の中やお客様は変わっているじゃない、それなのにやり方は同じでいいの？」と言うとみんなハツとなります。これは評価システムだとかで、我々の方が常に考えておかないといけない問題です。
2. 私は年(52歳で社長に就任)とか、基本的に関係ないと思います。社長の肩書って何だろうと考えますと、社長もやっぱり「係」です。まずは自分で信じたことを自分の責任でやる。ただその前に相談やコミュニケーションで風通しをよくする。経験がない分、最初に思いを伝えておかないと、逆に間違ってしまうことが多いです。
3. 社長になると、いい情報しか上がってこないと言われます。それは絶対にダメだと思っているので、できるだけ多くの人と会う機会を増やしています。お店まで行くし、大手ドラッグストアの社長のところにも話を聞きに行く。
できるだけそこから吸い上げていきながら、何かあった時には判断する。
最後はやはりお客様ですから、それが軸であれば間違わないと思います。

(参考:「日経ビジネス」2012年2月27日号)

新規成長分野

新たなテーマパーク「トロッコ列車」

1. 嵯峨野トロッコ列車は、今や年間乗客数93万人(2011年)を誇る超人気の観光列車である。貨車を改造したトロッコは、京都の西、嵯峨―嵐山―亀岡の約7.3kmを結ぶ。時速25kmでゴトゴトと振動音を立てながら景勝地を走る。このルートはかつてJR山陰本線の一部だった。保津峡渓谷を縫うように走り鉄道ファンを魅了してきたが、高速化に適さなかったことから1987年に廃線が決まった。
2. 観光に転用できないか、地元の強い要請を受けて作られたのが嵯峨野観光鉄道(京都府右京区)だった。長谷川一彦社長はトロッコ列車を「テーマパーク」に例える。「テーマパークには四つの成功要素が必要だ。テーマの明確性、価値観、アクセスの良さ、新鮮味」。京都の自然を肌で味わい、乗車料金は片道600円、JR山陰線と直結の立地、これがトロッコ列車の売りである。

(参考:「週刊東洋経済」:2012年2月25日号)