

社長の経営哲学の構築にお役立ちする

税理士法人 優和

経営者への活きた言葉

TEL 03-3455-6666
FAX 03-3455-7777

経営者への活きた言葉

限界のない高収益会社を目指す 稲盛 和夫（京セラ名誉顧問）

1. 日本の会社は、利益率が売上に対して何%か、ということばかりに注目します。君の会社は5%か、うちは7%だから少し良いな、と言って喜んでいる。それが間違いなのです。一般には、どの会社も利益率は5~6%です。10%もあれば良いほうだと言われています。しかし、それは業界全体の動きを見て言っているだけなのです。それが良いということは、誰が決めたわけでもないのです。だから、限界のない高収益会社でなければならないのです。
2. 例えば、「20%の利益率を出します」と言うと、20%の利益なんて出るわけではないと思われるでしょう。それは意識が邪魔をしているのです。まだ20%などという、固定した数値は意識しないことが大切です。売上を最大限に、経費を最小限にすると、その結果、20%、30%の利益率になるかもしれない、と考えるようにする。利益とは、そのように果てしない、売上最大、経費最少の努力の結果として、出るものなのです。
3. 他社を意識して、何%の利益を得たい、というようなことを考えると、それが無意識に自分の頭をコントロールして、経営のあらゆる局面に影響するわけです。

（参考：「週刊ダイヤモンド」2018年12月1日号）

経営者のための営業学

人のまねはしない

鈴木 敏文（セブン&アイ・ホールディングス元会長）

1. 現在、小売業の中で注目している企業はドンキホーテです。違った視点でお客さんに商品を提供する。独特で今まで誰も考えなかったような陳列とか、商品の集め方とか。「違和感」を演出することが受けている。ほかには、100円ショップ。「え、これが100円でできるの？」という商品がたくさんあるでしょ。
2. これから、どのような小売業が生き残るかといえ、人のまねをしない企業です。私は人のまねをしなかった。人には人のよさがあるけど、自分の考え方を深掘りしないのに安易にほかを見てまねしたってしょうがない。自分の体なんだから、「あの人のようになりたい」ではなく、自分で適量を食べるとか運動することで鍛えていくことです。

（参考：「週刊東洋経済」：2018年12月29日・2019年1月5日号）

ワンポイント経営アドバイス

手放したり、分け与える

佐藤 芳之（ケニア・ナッツ・カンパニー創業者）

1. 「成功」とは何でしょうか。物事には必ず起承転結があります。「結」はいつか来るのです。終わらない会社などありません。1つの時代に存在意義を持った産業に育ってくれば、それで十分だと思っています。経営者は、様々な人の声に耳を傾けないと、道を誤りかねません。数字だけを見て、独断で決めてしまう、そうした態度でいると、どんどん情報が入らなくなり、判断が狂っていく。
2. 日本の企業は、「継続させる」という意識が強すぎるかもしれません。一度、人類が誕生したアフリカに目を向けてみてはいかがでしょうか。大地がすべてを教えてくれます。留まってしまうと、水も空気も生物も澱んでいくものです。手放したり分け与えていかないと、時は流れていきません。

（参考：「日経ビジネス」2019年1月7日号）

古典に学ぶ

習慣の感染性と伝播力

（解説）近來新聞紙上に折々新文字が見える。一日甲の新聞にその文字が登載されたかと思うと、それがたちまち乙丙丁の新聞に伝載され、ついには社会一般の言語として誰しも怪しまぬことになる。もって習慣がいかに感染性と伝播力を持っているかと察知するに足るであろう。習慣に対しては深い注意を払うと共に、自重してもらわねばならぬのである。

（参考：渋沢栄一「論語と算盤」：国書刊行会）