

いわての

風

関 洋一（一関市・企業世話人）



せき・よういち 1952年紫波町生まれ。東京理科大卒。商社・完全歩合制販社勤務、誘致企業取締役、県中小企業支援センターPMなどを経て現在は中小企業大学校講師、岩手大学客員教授、盛岡市企業支援マネジャーなど。著書に「一倉定『社長学』実践『Sフレーム』のすめ」

お客様が肝心

い企業が圧倒的大多数を占めるという実態があります。いうなれば、状況がよく分からぬ「闇」の中で、行き

ば効果的か検討しますので、
②「わが社が提供する商材の
正しい収益性」の二つの要素
の把握になります。

どんな大企業でも経営資源は有限ですから、この方法「もうかるものを増やし、もうからないものは減らす」以外に企業活動の高収益化是不可能です。そして、これがまぎれもない事業経営の成功法則にほかなりません。

繰り返しますが、経営に奇策はありませんので、天動説にとらわれ表面的な手法探し奔走するのはやめて、正攻法の「わが社のお客さま」に向き合う活動にかじを切りましょう。

事業経営に奇策はありませんが、間違なく成功法則はあります。

そもそも事業は対象となるお客様が居なければ始まりません。つまり事業活動の本質は「お客様対応」で、經營は「お客様の要求を満たすこと」が存続の基盤です。

そして、事業を經營していくと、ヒト・モノ・カネなどさまざまな問題に直面します。経営者は、經營を構成するこうした要素に気を取られ、原点である「お客様」をつい忘れがちになります。目先の課題対応に追われるのも致し方ないことです。が、本質を置き去りにしては、うまくいくはずはありません。

そして、業績が好調なら内部の課題の9割以上は解決することが分かつていますの

あるお客様活動に注力するところが、成功法則なのです。ところが、お客様に向くにも、そのモノサシがな

先も分からぬ馬車に乗って懸命にむちを振り下ろしていくのに似ています。

この時に必要なのは、まず「現在地を知る」ことです。事業経営でいうところの「現在地」とは、①「わが社に対するお客様からの評価」と②「わが社が提供する商材の正しい収益性」の二つの要素の把握になります。

まずは①については、多くの経営者が天動説（世の中がわが社中心に回っている妄想）に陥り、売り手の立場で独善的に、市場にどう働きかけられることで、この勘違いから容易に脱却できます。

具体的には、手持ちの売上高から年計（移動累計）グラフを作成して確認すれば、わが社のお客さまからの評価が社の制約条件をベースにし得られる会計）を身につけ、それをもとに、いわゆる全部原価計算方式を捨て去り、わが社の制約条件をベースにし得られた時間当たり付加価値額の多

り前のことでしょう。次に②については、本欄で繰り返し指摘しているように企業会計原則に惑わされない経営者が圧倒的です。つまり、わが社の収益構造がシンプルに理解できていれば、商材ごとの収益性も把握できますから、社長自身がふに落ちるわが社の管理会計

社長の教祖といわれた一倉定氏は「事業経営の最大のコンサルはお客様まである。決して職業コンサルではない」と指摘しており、同感です。そして、経営者が悩んだときは「お客様に教えを乞いに行け！」そこにしか、答えはない」と続けますが、事業は「お客様に受け止める声を真摯に受け止めることが、この勘違いから容易に脱却できます。

あることを考へれば、当然といえば当然です。奇策を弄せず、正面から成功法則で実践励行することをお勧めしま