

経営支援ニュースレター

Tokyo
Metropolitan
Consulting
Group

※※御社の経営に役立つ情報を、毎月わかりやすくまとめてお伝えします※※

＜今月の主な内容＞

- 心の経営、心のピラミッドとは？
- お客様を喜ばせる会議とは？
- 仕事はかけ算：書籍紹介
- 推奨メルマガの紹介「平成・進化論」「ビジネス発想源」
- 付録：奉行 Session 会社法セミナー、定款見直しサービスのご案内等

東京メトロポリタン税理士法人

TMコンサルティング(株)／(株)クイック經理

代表／税理士 北岡 修一

心の経営：お客様の喜びを、我が喜びとしよう！

お元気様です。税理士の北岡修一です。

先月、「**役員報酬は、決算後3ヶ月以内に改定し、その後は改定しないこと。期の途中で改定するような場合は、税務署に届出が必要となる。**」というようなことをお伝えしました。

ただし、1 つだけ重要なことを書き忘れていました。この改正の適用時期です。

この役員報酬の届出に関する改正は、**平成18年4月1日以降に開始する事業年度から**、です。**役員賞与が事前届出をすることにより、損金(税務上の経費)に算入することができる**、というのも同様の開始となります。12月決算であれば、来年1月からの期以降、対象になるということです。

開始時期については、是非、ご注意ください。

ということで、今月も張り切っていきましょう！

■心の経営

当社の経営理念には「**心の経営**」という言葉掲げております。とかく「数字を扱う職業」ですから、ともすると、形式的、表面的、事務的になってしまう恐れがあります。書類だけ作って「はい、できました。」と報告するだけの仕事になってしまつては、私どもが存在している意義はないと言ってもいいでしょう。そ

んな仕事はパソコンがやる仕事に、既に成り下がっています。今、会計事務所の顧問料が上がらない、いや、下がっているというのは、パソコンのできる仕事をやっているからです。だから、私どもの仕事には「**心の経営－心からの仕事**」が必要であると思っています。相手の立場に立って、心から考える、心から話す、そして、誠心誠意、数々の問題に対応していこう、お役に立っていこう、というのが私どもの理念です。

ということですが、私どもの理念を紹介したかったわけではありません。

実は「心の経営」というのを掲げてから、廻りをいろいろ見てみると、心の経営のキーワードがいろいろなところに落ちているのですね。今まで気がつかなかったことも多かったのですが、その1つを是非紹介させていただきます。

■心のピラミッド

本も何冊か書かれている方で、博多の警備会社社長の市川善彦氏のCDを聴きました。「小さな会社が誇りを持てば百万馬力」というテーマですが、その中に「心の経営」という言葉が出てきたんですね。内容も、大変感銘を受けました。市川社長の会社は、

150人規模の会社ですが、創業以来30年間完全無借金経営で、自己資本比率も95%であるとか、非常に優良な会社です。その市川氏が行なってきた経営こそが「心の経営」なんだそうです。どんな経営なんだらうと、大変興味を持って聞きました。

その中心となるのが「心のピラミッド」。どういう心で生きるのか、事業を行なうのか、それによって結果が異なってくる、というピラミッドです。

そのピラミッドの一番上にあるのが「**愛の心で生きる人**」。

これは「**人生で触れ合うすべての人々の幸せを、我が幸せとして生きる。**」ことです。具体的には、お客様の喜びを我が喜びとして生きる。家族の喜ぶ姿を我が喜びとして生きる。社員、同僚の喜ぶ姿を我が喜びとして生きる、ということです。

こういう心で仕事や生活をしていくと、必ず、良いこと(健康長寿、家庭円満、心の平安、事業発展、幸運…)が天から降ってくる、ということです。

たとえば、市川社長の会社では「**お客様を喜ばせる会議**」というのをやっているそうです。これは、我が社の儲けはいつでもよいから、お客様が喜ぶことを提案しなさい、という会議だそうです。

たとえば、ある社員(警備員)が、「担当している工場の植栽が、経費カットのあおりで伸び放題になっています。休みの日に私が行って剪定をしてあげたい。」とういような提案をして、お客様に喜んでいただけるのであれば、やりなさい、ということになるそうです。その後どうなったか... 休日出勤していたパートさんが、「警備員さんが汗水たらして剪定されていた」と工場長に報告してくれ、この話に感動した社長が業界紙に載せてくれたそうです。そうすると「そんな立派な警備会社であれば是非うちもお願いしたい」という会社が何社も現れたそうです。決して仕事をとってこい、と言ったわけではないのに、「心の経

営」をしていると、こういうことが起こってくるんだそうです。その他にも様々な具体例をあげてくれました。1点の曇りもなく、お客様を喜ばせよう、という気持ちがあれば、こういうことが起きてくるだろうなあ、と私もそう思います。果たして、そういう心に本当になれるかどうか、ですね...

■情報を提供します！

ひるがえって、私どもの会社でお客様に最も喜んでいただけるのは、「情報を提供する」ことだと思っています。このニュースレターしかり、メールマガジンしかり、セミナーしかり、もちろん通常の顧問業務などにおいても、情報をどんどん提供していきます。もちろん、役に立つ情報でないと意味がないですけどね。私どもであれば、税務や経理の情報、資金調達や運用の情報、はたまたM&Aの情報、経営に関する情報なども提供していきます。また、顧問先や知り合いの経営者同士をおつなぎすることなども、情報提供の一種ですね。こちらからも情報提供はしていきませんが、是非皆様方からのリクエストなどもお寄せください。

どのようなことをしたら「お客様を喜ばせることができるのか」是非、皆様も楽しく考えていただければと思います。

■仕事はかけ算

今回は、私が最も気に入っているメールマガジンの発行者が書いた本を紹介します。ビジネス系メルマガではNO. 1(読者何と15万人!)のメルマガですから、知っている方も多いかと思えます。「平成・進化論」の発行者、鮎谷周史氏の次の本です。彼の初めての本ですが、かなり売れているようですね。

「仕事は、かけ算」

著者： 鮎谷 周史

出版社：かんき出版

価格：1,500 円+税

初版：2006 年 6 月 5 日

鮎谷氏がすごいのは、約3年間メルマガを1日たりとも欠かさことなく配信し続けていることです。

メルマガは私も「実践！社長の財務」というものを2年半以上、週1回やっていますが、彼は何とそれを毎日やっているのです。それも1回あたり、相当のボリュームがあります。私も、とてもそこまでは書けませんね。私のメルマガ読者が、6,000 人弱で、彼のメルマガが 150,000 人というのも、納得してしまいます。そして、内容が秀逸です。「平成・進化論」は、ビジネスマンが成長していくための考え方、行動などを方程式としてまとめ、毎日発信するものです。よくこれだけの内容の深いものを、毎日配信できるものだと感心して読んでいる面もあります。そのメルマガの内容を、加筆修正して出したものがこの本です。本の中からいくつかご紹介したいと思います。

1. ほんの小さな歩みでも、「成長率と継続年数の複利公式」で1年後には44%も自分の能力が高まっている。

毎日0.1%ずつ成長したとすると、365日経つと44%も成長していることになります。さらに5年で6倍、10年で38倍にもなります。この数字はあるところから、急激に上がっていく性質があります。すなわち「継続して力を蓄えている人は、あるところで爆発的に結果が出る瞬間がある」のです。

これがかけ算の面白いところです。3年間毎日書き続けている鮎谷氏が言うだけに説得力があります。この本のタイトルもここから来ているのでしょうね。

2. 「どうやって儲けるか」という視点をやめて、

「どうやって与えるか」という発想に転換する。

「どうやったら儲かるか？」という問いは、他者から取ってやろう、という意識が先行して、それを相手にも見抜かれて警戒されてしまう。これでは利益が上がらないのも当然です。とりあえず利益のことは頭からはずして「いかにして相手に与えることができるか？」「どうすれば他者に貢献することができるのか？」この質問に具体的に答えていくことが大事です。そうすれば、結果的に大きな利益を得ることができるでしょう。

これは先ほどの、「心の経営」=お客様をいかに喜ばせるか、ということと同じです。まずは、これがビジネスの基本ですね。

3. 予定をこなすためではなく、結果を出すことにフォーカスすれば、効率的な時間管理ができる。

仕事が立て込んで忙しくなると、「どうやって仕事を片付けるか？」という消去法的思考になりがちです。そうではなく、「結果を出すために何をすべきか？」という積み上げ式の思考で、行動を決めたらどうか、という話です。本来、仕事を片付けるのが目的ではなく、結果を出すことが目的のはずです。自分が実力経営者であるとしたら、どのようにして結果を出すだろうか？ そのように考えて行動してみてください。そうすれば自分でなくてもできることは、どんどん部下や他者に任せていくこともできるでしょう。

4. 自分を成長させてくれる人と会うときは、いずれ10倍相当の恩返しをするという気持ちで接する。

自分よりも圧倒的にレベルの高い人、大きな成果を上げている人と会うことは、自分を成長させる最もよい方法です。ただし、注意しなければいけないのは、単に興味本位で「合わせてください」「お話を聞

かせてください」と言って、自分からは何も提供しないのは、ムシがいいだけの話、無自覚のうちに相手の足を引っばる「時間泥棒」になってしまいます。

鮒谷氏は「**さいてもらった時間の10倍の価値をお返ししよう**」という思いを胸に秘めながら、大きな成果を上げている人にお会いしているそうです。

これと同じようなことが、営業の世界ではたくさん行なわれています。しかし残念ながら多くの場合は、「時間泥棒」になっています。私も会計事務所にも、不動産や保険など、ちょっとした関係から「一度、事務所にお伺いさせていただいて、いいですか？」と言う話がしょっちゅうあります。そして、話されるのは「自分の商品や会社の紹介の話」です。最終的にはお客様を紹介してもらえないか、という話です。正直、時間をとった上で、相手に協力するだけの話でしたら、あまり気分のいいものではないですね。成約の御礼はしますと言っても、それはこちらが紹介して成約した場合の話。ちょっとムシが良すぎるのでは？と思います。相手の時間を使わせてもらうということに対しては、もっと真剣に考えておく必要がありますね。そうでないと、自分の価値を下げてしまいます。

ということで、是非、この本はお奨めですし、メルマガの方も読んでみることをお奨めします。(ヤフーなどで「まぐまぐ」を検索し、さらに「まぐまぐ」で「平成・進化論」を検索してみてください。)

■もう1つ推奨のメルマガ

メルマガついでに、もう1つ私も大好きな推奨のメルマガがあります。タイトルを【ビジネス発想源】といい、これも日刊のメルマガです。発行者は、弘中勝氏といって「顧客と語らえ！クイジング入門」(現代書林)という本なども出しています。何が面白いかって、ビジネスの現場で起こっている様々な事象や考え方

を、ズバツとその本質を突いたことばで弘中氏の見解を言い切っているところですよ。なるほど、と思ったり、スカツしたりします。そして言うだけでなく、これらのことをビジネスにどう活かしていくかまで提示してくれています。発想源というタイトルどおり、ビジネスに活かせる視点のあるメルマガですね。

たとえば、最近、本当にそうだな、と思ったのは次の記事です。一部抜粋してみます。

<こだわりの店>

「うちは、こだわりの商品だけを扱っています。」

経験上、この言葉が出てきた時は注意が必要である。「こだわりの商品って、どういうことですか？」と聞き返してみる。「何でもいいから揃えるというわけではなく、我々が厳選してこだわったモノだけを揃えて…」「厳選してこだわる、というのはどういう基準で？」「はい。我々が、これは良いと確信したものだけを選んでいきます」「これは良いという基準は、何ですか？」「えーと…」

こういう感じで、答えが詰まってしまう。

そういう店は大抵、うまくいっていない。そして「これだけこだわっているのに、なぜ売れないんだ」という悩みに陥っている場合が多い。

ここまで掘り下げると、もうお分かりだと思うが、自分たちの持つ「こだわり」の基準が曖昧なのだ。そして「こだわり」の基準が曖昧だということは、その基準はもちろん、お客様にも分かるはずがない、ということだ。「こだわり」とか「厳選した」などという言葉は便利なもので、これをつけるだけで確かに少しランクアップした気分になる。しかし、便利だからどの店でも簡単に口にする言葉なのだ。…(一部抜粋)

というようなメルマガです。考えさせられると思いませんか？これも「まぐまぐ」で是非検索してみてください。では、最後までお読みいただき、ありがとうございます。