

東京都練馬区練馬1-12-11 西口駅前ビルC棟301
TEL03-6914-6790 FAX03-6914-6791
mail skimura@kimuracpa.com
http://www.kimuracpa.com/

経営者は
第一線に立つ
開拓者精神を
忘れてはならない

事務所からのひとこと

暦の上には春は立ちながら、厳しい寒さが続いております。皆様いかがお過ごしでしょうか。確定申告や決算準備で、多忙な日を過ごしておられることと思います。

さて、2月23日は「税理士記念日」。税理士法の前身である税務代理士法が1942年2月23日に制定されたことを記念して設けられたものです。いわば税理士の誕生日に当たります。

現行の税理士法では、税理士の使命を「独立した公正な立場において、申告納税制度の理念にそって、納税義務者の信頼にこたえ、租税に関する法令に規定された納税義務の適正な実現を図る」と定めています。税理士記念日は、国民・納税者に対して申告制度の普及と定着を図る目的に加え、税理士の社会的使命を再確認し新たな気持ちで業務に取り組む気付きの機会にもなります。

折しも今年は、消費税率の引き上げや復興特別法人税の廃止など企業の税環境が大きく転回する1年となります。税理士記念日を機に、こうした税についてのご相談をいただければ幸いです。

COLUMN

周知徹底

～3大要因を打開せよ～

周知徹底とは、「あまねく知らせ、メンバーの取るべき行動を継続させ、成果を上げるまでやり抜くこと」を意味する。しかし、これがなかなか容易ではなく、頓挫することもある。周知徹底が損なわれる3大要因に着目し、その打開策を講じるのが賢明だ。

1. やらない(関心の不足)

当初から関心がなかったか、徐々に薄れていったか。いずれにしろ、心的エネルギー(関心度)の大きさにより、実行度が大きく影響を受ける。これを防ぐには、セルフチェック・相互チェックなどの「仕組み化」と、基本動作の型決めを行い、習慣になるまで反復・徹底する「習慣化」の導入が効果的だ。

2. やれない(能力・条件の不足)

能力・知識・経験の枠を超えた実行策は無理である。能力や条件と合致するように、実施内容、役割分担、環境整備を工夫する。

3. やらせない(リーダーシップ不足)

リーダーの気付きと発信力が弱いと、周知徹底はなかなか果たせない。リーダー自身の不退転の覚悟と率先垂範で「達意力」を磨くことが重要だ。

明日への指針

新たなアイデアを創造せよ

～ヒラメキを生み出す三つのポイント～

日本には創業100年を超える老舗が2万6000社以上(帝国データバンク『長寿企業の実態調査』)もあり、世界一だ。では、100年、200年と続く価値ある企業になるためには何が必要か。それは、成功体験にとらわれない、新たなビジネスモデルの創造だ。

事業のライフサイクルは、一般的に30年前後と言われる。過去に成功した事業だからと言って旧態依然としていては、事業だけでなく会社自体の存続が危ぶまれる。成熟経済下においては、ライバルと同レベルのビジネスモデルでは価格競争に巻き込まれ、経営努力をしても赤字転落することさえある。

ライバル企業に1歩先んじるには、自らのビジネスモデルをつくり変える必要がある。この際、通常は自社の強みを活かした新事業展開が考えられる。だが多くの場合、自社の経営資源や理念にとらわれ、斬新なアイデアが出ない。そこで、全く新たな角度から新事業を発想することも重要となる。確かに、世の中に存在しなかったビジネスモデルを生み出した偉大なる経営者は、独自の視点(ヒラメキ)で新事業・

新市場を生み出したケースが多い。

では、発想力を高めるにはどうすればよいか。答えは、情報ソースを数多く持つことに尽きる。そこで、次に情報入手のための三つのポイントを示す。

① 異業種の人脈づくりに努める

経営者同士の人脈を活かす。新たな情報は経営者に集まる。常にアンテナを張り、人脈を形成して情報入手に努めることが重要だ。特に、異業種の人脈は貴重な情報をもたらす。

② 国内外の展示会を活用する

無から有は生まれない。新しい発想は、何かをヒントにし、要素を組み合わせたり、応用したりすることで生まれることが多い。したがって、海外における各種展示会・イベントなどにも目を向けてほしい。

③ 視察型の研究会に参加する

「百聞は一見にしかず」。現場に足を運び、見聞したことからヒントをつかむことができる。知識と経験を得ることのできる視察型の研究会は情報をつかむ好機だ。機会をとらえた参加をお勧めしたい。

経営者の心得

眼は遠山、手の内は生卵 ～「6カ年経営」のススメ～

「フォワード・ルッキング」、直訳すると「前を見る」。金融政策決定時に、現在だけではなく先行きも見据えた上で施策を判断する手法だ。金融政策は効果が出るまで時間がかかる。リスクが起きた時点で、それに応じた措置や施策を講じたところで手遅れになってしまう。

これは経営においても同じだ。マネジメントの要諦は「先手必勝、後手必敗」。企業経営者は今後のチャンスとリスクを見越し、どんな手を今打つかを事前に計画せねばならない。ところが、「先のことは分からない」と、来週や来月の行動だけを“計画”する企業は多い。それは計画ではなく、「予定」である。予定で経営はできない。

中期的視点で自社のあるべき姿を描き、現状とのギャップを埋めていく「中期経営計画」(中計)を策定すべきだ。通常は3～5年で設定することが多いが、折しも2020年に東京五輪が開かれる。中計の最終年度にふさわしいイベントだ。そこで20年をゴールに、14年からスタートする6カ年計画、“東京五輪中計”を立ててはどうか。6年の歳月は成長に適した期間だ。教育も6年が基本で

ある。人は6歳で幼稚園を卒園し、12歳で小学校、18歳で高校を卒業して、青少年から「青年」へと育つ。

とはいえ、6年先は予測が難しいのも確かだ。07年に首相を退いた人が6年後、再び首相として五輪招致演説をするとは誰も予測できなかった。だが目的地が分からねば、どの道を選んでもどこにも到達しないものだ。中計策定は将来の転ばぬ先の杖を準備することでもある。また業績は何をして時間を過ごしたか、いわば「カレンダー」の記入内容を積み重ねた結果だ。日めくりではなく、“6年カレンダー”で自社の中期像を描き、東京五輪開会式(20年7月24日予定)から逆算して、何をいつまでにやるかという日付を設定したい。

剣道の極意は、「眼は遠山を望むが如く、手の内は生卵を握るが如く」と言う。大局を見据えつつ、目先の小局に機敏に対処する。経営で重要なのは、この大局観と小局観だ。節目で伸びる竹のように、企業も節目を乗り越え新しい神話をつくっていく。6年後への準備。そこに何が待ち構えているか。大局観と小局観で、五輪年を成長の節目としたい。

今月のことば

報告は活動領収書だ。ケジメのない活動は、惰性、マンネリの温床となる。活動を日々清算してマイナス要因を切っていくことだ。