

清 経 通 信

せいけいとうしん

発行：株式会社クリアストリーム・コンサルティング



項目

巻頭コラム

経営の成果を出すために。 - 1

支援の現場から

”4つの大切な経営姿勢” - 2

経営サプリ - 3

P.F.ドラッカーの言葉

編集後記 - 4



巻頭コラム

経営の成果を出すために。

長かった冬がそろそろ終わりに近づいてきました。

3月の声を聞くと、私が好きな溪流釣りが解禁となり、多くの釣り師が山奥の溪に分け入っていくようになります。例年、私もその一人となり、一日中、無心になって釣り竿を振って過ごします。それだけでも十分に楽しいのですが、たくさん釣れるに越したことはありません。ただ、多くの場合、同行する釣り仲間よりも少ない釣果に終わることがほとんどです。

同じように頑張っているのに何故、いつも結果がこんなに違うのかと思わず考えてしまうこともしばしばです。書籍やYouTubeなどで最新の知識を得て、道具も同じように最良のものを揃えていますから、ここまでの条件は同じです。

巻頭コラム 経営の成果を出すために。

では何が違うのか。

こんな時、私はいつも「成果の公式」を当てはめて考えてみます。成果の公式とは、「意欲 × 知識・スキル × 意識（姿勢）」です。

これに基づいて考えてみると、彼我の差は「スキル」と「意識（姿勢）」の2つが大きいと思えます。

「スキル」でいえば、釣り仲間は私より多くの現場を経験しているので、「こんな状況（天候や水の状況など）のときはこんなふうにやると良い」といった「たくさんの引き出し」を持っているのだろうと推測しています。

なぜこんな話をするかと言えば、私は常々、「釣りと経営はよく似ている」と思っているからです。釣りに行くと、まずその日の天候や水温、水量など様々な状況を確認することから始めます。経営でいえば、外部環境を分析することと同じです。そのうえで、どこに魚（顧客）がいて、その日の状況のなかでどのような食い気（ニーズ）を持っているかを考えます。そのうえで、最良の釣り方（経営戦略）を考えます。時には、周りの釣り師（競合他社）がどんな釣り方をして釣っているかを見、それと違った攻め方（差別化）を考えたりします。

時には、思いがけずたくさん釣れることもあります。そうすると翌週あたりに、夢よもう一度とばかりに、何も考えずに前回釣れた場所に入ってしまうことがあります。これは一番の悪手で、たいていまったく釣れなかったりするものです。なぜなら、先週と今週では状況がまったく変わっているからです。頭ではそのことが分かっているが、これまで何度このミスをおかしてきたか。。。昔よく売れたビジネスモデルにいつまでもしがみつく経営に似ているな、と思ったりしています。

ところで、「たくさんの引き出し」があると有利だと記しましたが、これも経営でも同じです。そのことを、ニュースレター第3号でご紹介した三枝匡氏は、「自論フレームワーク」という言葉で説明しています。これは、経営者が日々の仕事の中で得てきた「自分流のフレームワークをたくさん持って、経営判断していくことが大切である」という意味です。

多くの経営者や経営幹部の方が、自社の経営を少しでも良くしようと日々努力されておられます。経営ですから、いつも釣り仲間に負けている私のような結果に終わるわけにはいかないはず。そうであれば、ぜひ一つでも多くの「自論フレームワーク」を身につけて、経営に活かしていただきたいと思えます。

その「自論フレームワーク」を持つための第一歩は、「基本となるフレームワーク」に親しんでいただくことでしょう。「基本となるフレームワーク」には、例えば、SWOT分析やPDCAといったものがあります。

今や、日本中に一流ホテルを数多く持つようになった星野リゾートですが、もとは信州の一旅館だけでした。その旅館も、多くの社員が会社を去って行き、明日の経営も知れないという時期もあったそうです。しかし、経営者の星野氏は、ここでお伝えしているような「フレームワーク」を学び、それを忠実に実践することで会社を今日のように発展されました。

ぜひ、皆さまも同様の成功体験を得ていただきたいと思えます。



支援の現場から

”4つの大切な経営姿勢”

巻頭コラムで「自論フレームワーク」についてお伝えしました。そこで、私がよく支援の際にお伝えする「4つの大切な経営姿勢」について、ご紹介します。

これは、「Point」、「Balance」、「Speed」、「Complete」という4つのキーワードを大切にしましょうという私なりの考えです。



- ①Point： ポイントをしっかり絞ること、つまりどこに焦点を当てて経営するかを常に考えることが大切です。自社ならではの強みを持つということともつながります。そうした絞りや強みを持つことが、他社との差別化要素（優位性）を生み、顧客に響く（訴求する）会社になっていくこととなります。
- ②Balance： 常に経営のバランスをとることが大切です。一生懸命に日々の業務に打ち込めば打ち込むほど、経営のバランスを崩してしまう企業が多いものです。例えば、製造は一生懸命しているが営業が疎かになっている、短期的な視点ばかりで将来のことを考えていない、コスト削減については厳しく認識しているが人材育成などの投資ができていない、などはその最たる例です。
- ③Speed： 経営は常にスピード感が大切です。たとえ良いアイデアであっても、競合に先を越されてしまえば全く意味がなくなります。また、スピードが遅いとその間に無駄なキャッシュを使う、やる気がある社員の心が離れるなどのデメリットが大きくなります。
- ④Complete： 何事も「正しく、徹底的にやり抜く」ことが大事です。いい加減なやり方や中途半端なやり方でやっていると決して成果は出ません。そのことに気づかないままだめだったと決めつける人が多いものです。これではいつまで経っても何もなしえないままです。下掲する「習慣的な力」に通じる考えです。



経営サブリ

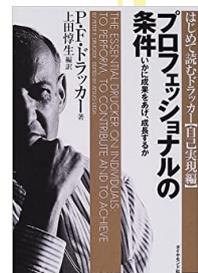
「成果をあげるための秘訣を一つだけあげるならば、それは集中である。成果をあげる人は、最も重要なことから始め、しかも一度に一つのことしかしない。」

「成果をあげている者は仕事からスタートしない。時間からスタートする。計画からもスタートしない。何に時間をとられているかを明らかにすることからスタートする。」

「古いものの計画的な廃棄こそ、新しいものを強力に進める唯一の方法である。」

「成果をあげる人に共通しているのは、自らの能力や存在を成果に結びつけるうえで必要とされる”習慣的な力”を持っていることである。～中略～
言いかえるならば、成果をあげることは一つの習慣である。」
（「プロフェッショナルの条件」P.F.ドラッカー）

ピーター・ドラッカー(1909年-2005年)は、ウィーンにおいて、ユダヤ系のオーストリア人として生まれました。今日では、経営学や経営思想における巨人として認識されていますが、18歳で高校を卒業した後、商社での見習いの仕事や新聞記者など職を転々としています。その頃から「いかに成果をあげるか」を考え続けた中から得た、貴重なエッセンスが詰まったのが本書です。





編集後記

- 最近知ったニュースによると、今年中にも、日本はGDPでドイツに抜かれてしまいそうなのだそうです。そうすると、GDPは世界第4位ということになります。ちなみにドイツの人口は約8,300万人で、日本より約4,000万人少ないようです。
- 私の世代が社会に出たころは、日本は世界第2位の経済大国で、ジャパニーズナンバー1と呼ばれていたのです。若い時はそれが当たり前で、ずっと続くものだと思っていました。けれど今はどうでしょう。経営セミナーでよく、外部環境の変化などについてお話ししますが、会社の経営と同じことが起こっているように思えます。
- 3月の声を聞き、ようやく春の兆しが見えてきました。自宅から事務所に向かうとき、以前はいつもバスを利用していました。けれど、健康のことも考えて最近は歩いていく日を増やすようにしています。大体30分で着くのですが、道中で受ける陽ざしも強くなり、暖かく快適なウォーキングを楽しめるようになってきました。ちょうど陽ざしが神戸港に反射してきれいに見える日もあります。
- 私の事務所のそばに芝生の公園があるのですが、この日はかわいい子供たちが駆け回ってお出迎えをしてくれました。この子供達が成人する頃の日本の経済は、どうなっているんでしょうね。

経営理念

働く人一人ひとりの思いを大切にしながら、経営者・従業員ともに誇りを持っていきいきと働くことのできる職場作りを実現することで、社会貢献いたします。

弊社がご提供する主なサービス

◆人づくり・組織づくりに関する支援内容◆

事業計画作成、組織の仕組み・風土づくり、リーダー人材（自律型人材）育成 ほか

◆営業強化に関する支援内容◆

ホームページ作成、販売促進策の強化、新商品開発、ブランディング開発（ブランド力向上）



(株)クリアストリーム・コンサルティング

〒657-0041 神戸市灘区琵琶町1-1-24 六甲ビル3F

tel: 090-2356-0960 mail: ito@clrstm.co.jp url: <https://clrstm.co.jp/>