

利益はどこから出るのか。利益は誰が下さるのか。

同じような業種で、同じような立地で、同じような年齢で、同じような規模でありながら、利益が多く出る社長（会社）と、あまり利益の出ない社長（会社）、場合によっては、赤字の社長（会社）があります。

毎月、毎月、社長の行動を観察し、現場を見学し、お客様の声を聴いていると、「なるほどなあ！」だから、こういう財務諸表になるのかと、思えることが幾つもあります。財務諸表は正直です。

では、どうすれば、いいのでしょうか？簡単です。

上手な経営をしている社長のやり方を真似し、下手な経営をしている社長のやり方を直せばいいのです。「経営を難しく考える奴は、経営を知らん奴や（越智直正）」

コツを習得すればいいのです。（コツとは、プロのテクニック）

まず、我社の“本業に集中”すること。次から次に、広めるのではなく、一点集中、“深掘りする”ことです。専門性を高めることです。圧倒的な技術力を持つことです。特許や実用新案、意匠を取ることも付加価値を高めます。

次に、“良いお客様を増やす”ことです。これが案外出来ていません。決して、傲慢になってはいけませんが、お客様を選ぶことも大切です。こちらが、先にレベルを上げることです。勉強し、自分を磨き、成長することです。良いお客様を増やすことにエネルギーを使いましょう。

最終的には、事業理念・存在意義・事業目的の深さと純粹さ、誠実さが、社員一人一人の身についているかどうかという人間力の差でしょう。

間違っても、「太陽光発電」（固定価格買取制度）のような事業には、手を出さないことです。私は、大反対です。お客様から相談が有る度に、思い留まる様に説得しています。

その理由は、大きく三つあります。

- ① 安易な儲け話は、本業を疎かにすること。（人間が墮落します）
- ② 国の税金にぶら下がる、根性が卑しいこと。（税金は払うものです）
- ③ 利だけが優先し、義が全く無いこと。（大義のために仕事をするのです）

仕事観は、人生観と言います。還暦を越えて、越し方を振り返れば、かつて、先輩達が、道を求める私に語ってくれたことが、ヒシヒシと心に響きます。

お客様のために全力投球しているつもりが、自分を高め、自分を高めるつもりが、社員を幸せにし、究極的には、日本を良くしている・・・三昧の境地でしょう。

経営に、脇道も近道ありません。社長、商道の王道を、邁進して参りましょう。



今月のポイント

良いお客様、良い社員、良い経営。