

SMC金融・経済マーケットレポート

Reporter Your Financial Brain SMC 豊島 健治

苦しむものは何なのか (カネは有限、知恵は無限)

.....不景気だ不景気だなんて嘆く暇があるのなら、ちっとは知恵絞ったらどうなんだい。カネは無くても頭の中の知恵は無限でしょ。(略)もう今は大企業全盛の時代ではないからね。「小さいことはいいことだ」なんだな。知恵さえ絞れば大企業と対等以上に戦えるんだから。今の日本はチャンスでいっぱいだよ。うつむいて不景気なツラしないで、知恵出して頑張ろうよ.....

そうあっけらかんと語っているのは東京の下町で大企業も出来ない技術と技量で驚くべき高成績を上げている中小企業の社長・岡野雅行さんである。

なるほど云われてみれば全くその通りと思うが、そう云われても肝心の知恵はそんなに簡単に出てきそうもない。「それが出来るんだったら苦労しないよ」そんな声が聞こえてきそう。しかし、駄目だと直ぐ否定するその声こそ中小企業にとって、あるいはそれを率いる社長にとって「後退の象徴」ではないか。

岡野さんの会社は社員6名だそうだ。社員1人当りの売上は1億円に達し、その50%の3億円を経常利益として計上しているという。一般企業から見れば「物凄い会社」としか云い様がないが、しかし冒頭の社長の言葉を素直に信じれば、その化け物のような事業成績は「知恵で勝負した結果」なのだろう。

知恵はただだ。そしてこれといって限界はない。無限ともいえる。これに対してお金は有限だ。使ってしまったら終わり、最近では銀行も簡単には貸してくれない。時に「お金さえあれば」という社長さんに出くわすが、多分それは「資金繰りが苦しい」と表現しているに過ぎないのであって、望み通りお金が十分あったとしても業績を上げられるとは思えない。岡野さんが云う所のお金は単なる無機質の紙片であって、それは「どう使うか」という人間の知恵が加えられることによって命を吹き込まれるものではないだろうか。

この間、TVがどこにでもある街の電器屋さんの奮闘振りを伝えていた。街の電器屋さん云え

ば、コジマ・ヤマダに象徴される大型安売店の攻勢の前に青息吐息の状態ではないかと思っていたが、おっとどっこい頑張っている電器屋さんもあるのだ。その電器屋さんは、お金ではなく知恵で勝負しているように見えた。

その社長さんは、何故好調なのかとの質問に、実行したこととして、顧客名簿を再点検、生きた顧客だけに絞り込んだ、絞った顧客をランクに応じて定期訪問した、顧客の家の中にある全ての家電の種類や購入年月を調べ上げた、顧客の家の間取りも調べ上げた、量販店から買った家電品のフォロー(修理点検等)も積極的に受けた、こと等を挙げていた。その結果、量販店より価格が高くても良く売れるようになった。そればかりではなく、水回り工事等リフォームの仕事も受けるようになった。言わば「掛かり付けの住宅医」みたいになったのだ。

聞いてみれば「なるほど」と思うが、マイナス環境(大型量販店進出やデフレ)でピンチに陥る中、ああでもないこうでもない知恵を絞った結果ではないか。知恵を出して行動する-それだけで結果が出るとも思えないが、座して待っていても福音はやってこないことだけは間違いない。

事業が不振に陥る理由はいろいろある。その中の一つに「景気が悪い」というのがあるが、それだけは云ってはいけないと思う。外交辞令としては兎も角、社内では云ってはいけない。それを云ったら「理由は外にある」ことになる。外にあれば「仕方がない」となる。となれば後は溜息をつくばかりだ。言い訳は用意されているのだから、後は言い訳通りになるという話だ。

お金についても同じだと思う。お金がなければ無いなりにやればよい。銀行がお金をふんだんに出した頃のことを思い出せば領ける筈だ。あの頃、お金に知恵を吹き込んでいただろうか。無駄なことにお金を投じていなかったらどうか。お金が無いから駄目なのではなく、駄目だからお金がないというのが本当の所ではないか。

資金繰りという面でも、利益が出ないという面でも、お金に苦しんでいる経営者は多い。それはその通りで何とかしなければならぬ。でもその解決を銀行やその他外部に求めても限界がある。どうせ苦しむなら、お金ではなく知恵を出すことに苦しむようしたいものだ。