



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成25年07月22日 第623号「週刊五十嵐レポート」

会社は潰れるようにできている

7月16日(火)～19日(金)、日経新聞夕刊、「人間発見」はモリタホールディングス名誉会長の新村鋭男(としお)氏。

「畑違いの消防車メーカーへの転身は、私にとってチャレンジそのものでした。1998年に顧問として入り、翌99年に社長に就任しました。顧問時代に東京、大阪の本社オフィス、工場を見て回りました。モリタは社会に役立つ消防車を作っていることに誇りを持っていましたが、肝心の収益に対する執着心がありませんでした。

『これはぬれ雑巾だ。いくらでも絞る余地はある』と思いました。

本社では電話が鳴っているのに取らず、出ても名乗らない。

工場は雑然として整理整頓ができていない。

社員に話すと『これまでずっと、このやり方でしたから』。

モリタは変わらないといけない。このままでは100年の歴史を持ちながら倒れてしまった山一と同じです。

モリタは、国内自治体向けの消防車全体の販売シェアで53%を占めるトップ企業です。社長に就任した1999年、シェアをじりじり下がって39%まで落ちました。そんな状況でも社員や役員の危機感は薄く、戦う姿勢を忘れた会社になってしまいました。

まず社内の意識改革です。ぬるま湯のような雰囲気を一層するため、役員の交代も辞さない覚悟で臨みました」

一字一句同じ。「町コン」五十嵐が見てきた業績不振企業の姿と同じ。トップ企業でもこうなる。従業員一人ひとりはいいい人なのに組織として腐りかかっています。私の場合、意識改革のツールとして、「朝礼」を活用しています。朝早く来る。掃除をする。朝礼で大きな声で挨拶をする。規律を作る。企業は生き物であることを痛感。(会社は潰れるようにできている)

ちょっと
気になる出来事

7月21日(日)、日経新聞「今を読み解く」。テーマは「テーマパークの未来」。

「ディズニーランドは1983年に日本に進出し、今年で30年。当時はバブル経済、日本のあちこちにテーマパークが登場。しかしそのほとんどが閉園、もしくは経営母体が変更に。2001年にユニバーサル・スタジオ・ジャパンが大阪に進出。以後、外資系テーマパークは着実に展開している。この違いは何か。

優れた接客やアトラクションだけが経営を成功させているわけではない。外資系テーマパークには戦略がある。

ディズニーとユニバーサルの共通点は映画製作会社である。

映画製作、DVD販売、テレビ放映、テーマパークでのキャラクター使用という流れがある。資金力とソフト力が外資系テーマパークを存続させている」(石崎祥之 立命館大学教授)

お客様が喜んでお金を払う仕組み作り。日本では、規模は小さいが「アンパンマン」「ジブリ」かな。



一口メモ
成功の秘訣

ビジョンの設定

収入的な“自立”を可能にする大切な要素とは何でしょうか。

それは経営に対する“ビジョン”をもち、その“ビジョン”を共有した人事組織を形づくることです。

“ビジョン”がない状態というのは、各自がばらばらに動いて組織として機能していない状態を指します。各自は、どこに向けて力をだせばよいかわからないので、対応は場当たり的なものとなり一貫性は出てきません。

“ビジョン”がスタッフの間で共有されると、スタッフの力が結集され、まるで一点突破するような力強さが、組織にもたらされます。

藤井純一「監督・選手が変わってもなぜ強い?」(光文社新書)

- 週刊五十嵐レポート 毎週月曜日発行 ● 月刊五十嵐レポートダイジェスト
 - 町コンランチエスター経営戦略塾「会社成功塾」 毎週日曜日 午前10時～12時。
 - 町コン・ランチエスター経営戦略セミナー 毎月東京開催
- ㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5
03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 tigaras@attglobal.net

