

## 1. 日本経済の今後を占う

大げさなタイトルを掲げました。でも掲げざるを得なかったというのが本心でしょうか。昨年10月の**消費税上げが購買心理を冷却**させ、また今年は過去に例がない程の**暖冬により季節商材が売れず**に景気に停滞感が漂っていました。そこへ**新型コロナウイルスによる追い打ち**です。

この騒動、終結までの道程が掴めず、12日にWHOがパンデミック(世界的な大流行)を宣言しました。“**制御可能な**”と前書きがありますが、誰もが「何時まで続くのか」と不安心理で心が多い尽くされています。猪突であった安倍首相の小中高の休校要請とその延長など、国の慌てぶりは第三者的には喜劇の様に思えてなりません。しかしその慌てぶりがコトの深刻さを浮かび上がらせています。

比較的堅調だった為替相場や株式市場も続落の速度を早めています。アルゴリズムによるAI取引が市場を騒乱させています。各国が入国規制を強化しています。東京五輪も中止又は延期の可能性が出てきました。消費活動の停滞や好調だったインバウンド需要が大変調をきたした今、**日本経済はどの様なゴールに辿り着くのでしょうか。**

政府は令和2年度予算成立後に新型コロナ騒動で落ち込んだ需要を喚起する為に補正予算を立ち上げるかも知れません。雇用維持の為に**雇用調整助成金**の特例措置も発表しました。売上が減少した**中小企業等を支える為の金融支援策**も発表されました(信用保証協会:セーフティネット保証4号・5号)。

これらの諸施策が経営者心理を前向きに転換させ、営業活動の強化や設備投資等の積極的行動を採るかは分かりません。**不要不急な外出を控える様**にという政府からのメッセージにより**冷却・冷凍化しつつある消費者行動(心理)に対し、有効な消費促進カンフル剤が見当たらない**のが現実です。

企業や生活者が後ろ向きになるほど、日本や地域の経済は悪化の道を歩む可能性が高まります。

「武士は食わねど高楊枝」、窮境にあっても空元気位は出して欲しいものです。「ピンチの後にチャンスあり」とはプロスポーツの世界での話。しかし企業活動でも同じです。未曾有の大ピンチを乗り越えれば、消費や投資活動が爆発し、嘘のような好調の風が吹き荒れるかも知れません。**全てはこの試練に立ち向かう経営者や生活者の心持ち、心理状態にかかっていると言っても過言ではありません。**

## 2. 会社も定期的な健康管理を実施しよう

私ごとで恐縮ですが、毎年3月か4月に大腸と胃の健診をしています。そして9月には健康診断を受診しています。こうして年2回、自分の体調を知る機会を設けています。歳のせいでも毎年少しずつ諸指標が悪くなっているのが残念ですが…。

人の健康診断を会社へ書き換えた場合、どの様なものがあるのでしょうか。先ず浮かぶのが**財務分析**でしょうか。**流動性、収益性、生産性の各カテゴリーで重要な指標の実績変化を確認**します。これは決算期に1回だけするものですが、月次試算表の活用により回数を増やすのも良いでしょう。

これ以外の健康診断の指標として、「**お客様(取引先)数**」「**客単価**」「**社員の平均年齢**」「**社員の退職率**」「**新商品発売件数**」など**多様な健康診断指標が**ありそうです。例えば「お客様(取引先)数」を取り上げてみます。実績値の増加は会社が健康な状態であることの証左です。逆に実績値の減少は徐々に企業体力を奪っていきます。**成人病に罹患する予兆**です。直ちに抜本的な経営改善策を打ち出す必要があるかも知れません。

**会計情報以外の健康管理指標は毎月や年数回のチェックも可能**です。指標の動きを追っていくことが重要です。この機会に**自社の健康管理指標を考案し定期的**に実施することをお勧めします。

## 3. 温故知新(故きを温ねて新しきを知る)

「歴史は繰り返す」と言います。新型コロナウイルス対応も直近では致死率が高かったSARS(サーズ)感染の教訓が活かされていれば、今の様な大流行にはなっていなかったかも知れません。

**大事件・事故が起こった時に「あの時は??」と慌てて調べるのでは対応が後手に回ります。平穩無事な平時に「会社の存続を揺るがす大事件が発生した」と想定し、「過去の成功又は失敗した対応策を参考にした実行可能性の高い行動計画の作成と訓練をする」**ことが重要なのです。これを温故知新という言葉で表現しました。

日本人の悪いところは「計画は作成したもの…」で訓練し体に覚えさせることをしないのです。訓練も予めシナリオを作っており、悠々自適での訓練参加です。これでは身に付きません。**生きるか死ぬかの瀬戸際、その位の心持ちで訓練をしなければ実際の時に行動はできない**のです。