

1. 販売価格の引上げを常に意識する

売上高はターゲット市場からの支持のバロメーターです。売上が減少しているのは支持率が下がっている証左であり、上昇傾向にあるのは自社製品の支持が増加していると判断することができます。売上高は利益に関し最初に乗れ越えないといけな障害物です。この障害物を上手に乗れ越えないと激烈な市場競争での勝ち残りは困難です。

売上高をごく単純に数値化すると「売上高＝販売単価×購入客数」となります。販売単価が1万円で購入客数が1万人だと売上高は1億円です。計算式を細分化することは可能ですが、複雑な事象を分析するには極力単純化する方が本質に到達することができます。売上高を増やすにはどうすべきか？の問の解は、「①単価を上げるには？」と「②客数を増やすには？」を追求すると良いのです。

日本は30年間もデフレにどっぷりと浸かってきました。高度成長時代は物価も賃金も二桁で伸びていました。その結果、経済規模が拡大し国富も大幅に増加しました。長期のデフレ状態に慣れ親しんで骨の髄まで「インフレは悪いもの」という思想が企業経営者や国民全員に染み入ってしまった現在の日本。為替市場において主要通貨で最弱となった日本円。私達が海外から鉱物資源や食料等を購入するとき、「高い値段で買わざるを得ない」という状況に陥っています。隣国中国に買い負けています。韓国や急速に発展する東南アジア諸国からも追い上げられています。

円安から円高へシフトできないのであれば、原材料等仕入額は上昇気配を強め売上原価のUPは必定です。体力ある日本企業は余剰資金を海外投資へ回します。国内市場の成長が望めず海外が急速に拡大しているので当然の動きです。一方で海外企業は日本国内に投資しません。日本経済が成長しないと見切っているからです。それでは日本経済を上向きにするにはどうしたら良いのでしょうか。

潜在需要に強い刺激を与えること。第一に国や自治体が財政投資をすることです。しかし1100兆円超の負債を抱える政府にその余力があるとは考えられません。第二に継続的な賃金引上げです。今年の賃金引上げ率3%後半は「かなり高い水準だった」ようですが、この引上げ率が数年続かないと市場へのカンフル剤とはなりません。最低賃金が今秋確実に全国平均で1000円となりますが、消費性向が高い給与所得層に対する押し上げ効果は余り期待できません。日本経済が復活し再び成長軌道に乗せるには、来年以降も高い賃金引上げが継続することが前提となるのです。

私が指摘したいのは2つ。①為替相場との相関で仕入原価が確実に上昇する。②一定率以上の賃金引上げが今後も続いていく。その結果売上原価が確実に上昇し、売上が同じであれば確実に利益は減少し最悪は赤字へ転落する。それではどうするか。仕入や人件費以外のコスト削減はこれまででも相当程度行ってきたでしょう。よって次善のカードとして販売単価UPが避けずとして浮上します。同業他社よりも早く引きあげの方が良い。市場に引上げ理由を丁寧に丁寧に説明し尽くしましょう。後追いで値上げすれば追いつき引上げとして疑念の目を向けられる可能性が高くないです。

2. 大リーグ大谷翔平選手の体づくりに学ぶ

大リーグ・エンゼルスで投打2刀流で大活躍中の大谷翔平選手の活躍は私達日本人を勇気づけてくれます。大谷選手は花巻東高校時代からMLBで活躍することを目標としていました。MLBはアメリカとカナダにある2リーグ計30球団が覇を争っています。ハワイとアラスカを除く米国本土は東西4300km、南北2700kmの距離があります。本拠地ロサンゼルスから他都市で戦う為の移動による身体負担は日本のプロ野球選手の比ではありません。

MLBのレギュラーシーズンの試合数は162試合日本のプロ野球は143試合です。19試合多く移動が長時間ですからMLBでは強靱な体力を持たないと年間通じて活躍はできません。大谷選手はMLBで活躍できる体力作りを高校時代から行っていました。今の大谷選手をTV等で見ると他の大リーガーと全く引けを取りません。強い意志で強靱な体を作り上げそして維持しています。

体作りは食事が基本でしょう。そしてその維持には睡眠と休養がとても重要です。大谷選手は休日も野球漬けらしいので、大谷選手の休養は一般的に考える飲食・飲酒・レジャー等とは無関係なのでしょう。一方の睡眠を大谷選手はとても大事にしているとか。オーダーメイドの枕やマットレスを使用し移動中の飛行機にも持ち込んでいると言います。アイマスクも使っています。疲れた体をリカバーするには睡眠の量と質がとても大事なんですね。梅雨がまだ続きます。日中、しっかりと仕事ができる為には食事も大切ですが、十分な睡眠にも気配りたいものです。

3. 出来る社長への道のり：超長期の経営計画を策定～成熟期①～

創業して10年を超す頃からはある程度は業績が安定し、「会社を潰さず何とか続けていけそうだ」と経営者は自信を持ってきます。創業期から成長期までの荒波を乗り越えてきたのですから、多少なりとも自信がついてきたのはうなずけます。出来る経営者はここからが違うのです。出来る経営者は現状に甘んじることがありません。自分を鼓舞激励する為に厳しい課題を突きつけます。「出来ないかもしれない」ではなく「出来るようにする為に何をすべきか」と考えます。出来る経営者は自分以外の腹心として育ててきた幹部社員にも同じような要求を突きつけます。難題を意欲的に解いていこうとする幹部社員が多いほど、会社は一段と高い峰を目指して登っていきます。

計画は壮大な目標の方が良いです。松下幸之助が5年間の経営計画を作ったのですが、社員達は頑張って4年間で目標を達成しました。その時松下はこう言いました。「4年間で目標が達成できるような計画を作成した自分が誤りだった。経営の勉強が足りなかった」。高い目標を掲げるからこそ、現状の保有能力を超えた新たな能力を身に付ける必要があるのです。今日の勝者は明日には敗者となりうる厳しい競争社会。勝ち抜いていくには新たに戦う武器を取得しなければなりません。激烈な生存競争が会社をより強く育てます。「社長そんな計画、絶対無理です」と言われて当然。社長は「それを実現したいんだ。一緒に頑張ろうぜ」と社員達を鼓舞激励しようではありませんか。