

武漢コロナウイルスに、社長が学ぶこと

緊急事態宣言が、全面解除になっても、本格的に経営が日常に戻るには、一年半から、二年かかると予測されています。いや、元に戻ることはないのではないかと悲観的に予測するエコノミストもいます。

いずれにしても、我々中小企業の社長は、この“大変化”、この“大恐慌”を、乗り越えていく必要があります。緊急事態宣言が全面解除されても、一安心ではありません。これから長い上り坂が始まるのです。

その時の、社長の心構えを、古典や名経営者の言葉の中から学びましょう。

変化への対応は、「システムを根本的に変えること」が求められます。テレワーク続けたいと希望する人が6割を超えるそうです。しかし、テレワークを機能させるためには、“指示待ちタイプ”から、“能動的タイプ”に、社員を変える事が前提になります。そうでなければ、墮落した社員を増やすことになり、仕事の効率が下がる結果になりかねません。変化を積極的に活用し、チャンスと捉える「柔らかな頭」が必要です。二代目が、まだ若い！と、世代交代を躊躇している社長は、時代が退場を命じます。

安売りから、「高く売る時代」に、価値観がガラリと変わります。

今まで、正しいとされた安売りが、結局、農業や漁業や林業に若い人たちが見切りをつけ、親の仕事を継がなくなったのです。利のために、義を失ったのです。

国民の安全保障である、食料の自給率を崩壊させてまで、安く仕入、儲ける事が正しいのか、我々に、反省を迫っているのではないのでしょうか。

これからは、高く売ること、高く仕入ることができるという、逆転の発想が必要です。日本の歴史・伝統・文化の根幹である、“稲作”を見直し、何が本当に大事なのか、考え直すきっかけになります。案外、日本人としての誇りと自信は、こんなところから取り戻せるのではないのでしょうか。

「人・物・金の時代」から「人・人・人の時代」に変わります。

物も大事です。金も必要です。しかし、根本は、本質は、人の幸せのはずです。

人が、その氣になること、人が、熱く燃えること、人が、人を大事にすること。

その人を中心に置く経営が、これからの時代に求められます。

「特異性を磨く」こと。値段を叩かれて終わらないためにも、わが社の強みはこれだといえるものを持つこと。特許や実用新案を取れるようなもの、あるいは熟練工の技を若い人たちに承継していくこと。親父のノウハウを、子供がさらにバージョンアップしていくこと。どれをとっても、過去の慣習に囚われていると、ついていけません。時代が変わるとは、いつの時代も、若い人にはチャンスです。



今月のポイント

長期的、総合的、本質的に！！