



ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

『マッサン流経営指南』



NHK連続テレビ小説「マッサン」をご覧になられているでしょうか。ニッカウヰスキー創業者の竹鶴政孝・リタ夫妻の物語で、創業期の苦難を乗り越える姿に共感したり、それを支える家族の姿に感動を覚える方も多いと思います。

今回は、「マッサン」関連本のうち『琥珀色の夢を見る～竹鶴政孝とリタ ニッカウヰスキー物語』（松尾秀助著）よりマッサンこと竹鶴政孝氏の創業者・経営者としての姿をご紹介します。なお、本著は竹鶴夫妻をよく知るご子息夫妻・従業員等からのインタビューを元に構成されておりマッサンの口ぐせや普段の姿が描かれています。



「ウヰスキーの仕事は私にとっては恋人のようなものである。恋している相手のためならどんな苦勞でも苦勞とは感じない。むしろ楽しみながら喜んでやるものだが、その心境である。」

これは、日本初のウヰスキー作り（土地買収、建物設計、税務署との折衝等を含む）をひとりでも短期間で行わなければならなかった頃の苦勞について語ったものです。困難の多い創業期を乗り越えるエンジンは創業者の情熱と言われており、苦勞を楽しみだと思える前向きさも創業者には必要です。



「納入業者を大事にしろ。」

製品を作るために必要な原材料・資材の納入業者を大切にされたマッサン。「新規の納入業者が必要になった時には従来の納入業者の方と話し合っていくように…」という指示もしていたそうです。そのおかげでオイルショック時にも資材の入手には苦勞をしなかったそうです。創業時には自社で完結できないことも多く、連携先と一緒に新たな付加価値を創造することも必要です。自社を取り巻く企業・地域に至るまで関係者を大切にしていきたいですね。



大局観を身につける。

仙台工場新建設の際「できるだけ木を切るな」と命じ、地形も元のままを保持させました。これにより40棟ある建物の床の高さが全て違うこととなり、さらに樹木を残すために道路を迂回させる必要があり、作業効率は悪くなります。しかし、残された自然が美しい原酒を生み出し、仙台工場は美しい公園工場として知られるようになるという効果がありました。目先のことだけでなく大局から物事を判断するというのは創業者だけでなく経営者に共通の資質です。

このほか、本書にはマッサンを支えたリタ夫人の話やウヰスキー職人達の仕事に対する熱い思いについても紹介されています。ぜひ年末年始のお休みの際に読んでみてはいかがでしょうか。

さて今年も多くの皆様にお世話になりましてありがとうございました。我々ユーミックメンバー一同、来年も皆様のお役に立てるよう専門分野を活かしながら一層精進していきたいと思っております。引き続きよろしくお願い申し上げます。

小倉 綾

百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングをおこなっている。中小企業診断士

2014年のヒット商品は？

毎年、様々なメディアなどからヒット商品番付が発表されますが、2014年については「アナと雪の女王」「妖怪ウォッチ」「USJ」などの娯楽関連と、「希少糖」「Wトクホ」などの健康関連が目立っているようです。皆様もこのうちのどれかは利用されたのでは無いでしょうか？ ヒット商品番付は、市場のトレンドを掴む方法として、様々な研修でも利用されていますが、新商品の開発や小売店での売場作りなどにも活用できますので、年に一回は情報を整理しておくといいでしょう。

世の中のヒット商品番付とは異なりますが、2014年に利用したものの中から個人的なヒット商品を「食品」「日用品」「店舗」の3部門でご紹介したいと思います。

①食品部門 魅惑の万能調味料「マキシマム」

宮崎県の榊中村食肉さんが販売している商品で、地元の方から紹介されて使ってみました。美味しく便利です。この商品は提案次第で他県の小売店で販売しても面白い商品だと思います。1月に宮崎出張があるので、購入して帰りたいと思っています。

②日用品部門 丁字剃刀はこれで決まり！「エフシステム替刃&サムライエッジ」

丁字剃刀と言えば海外大手2社が有名ですが、この商品は日本のフェザー安全剃刀(株)さんの商品です。あまり販売している店舗はありませんが、剃り心地の良さ、刃の耐久性ともに抜群です。もう他の剃刀に戻れません。上手く提案できたら売れる商品だと思います。

③店舗部門 実は経営のアドバイスにも使える「コストコホールセール」

食品や雑貨はもちろんですが、実は「薬」「メガネ」がかなりお買い得です。メガネについては、良い商品がお得な価格で買えますし、実は補聴器がかなり安かったりします。コストコの商品を仕入れて販売する店舗も増えており、今年は小売店のアドバイスをする時に何度か提案させていただきました。自分で購入以外にも、商品の仕入先としても使えるお店です。

個人的なヒット商品を紹介させていただきましたが、皆様にとっての2014年のヒット商品は何でしたでしょうか？どこかでお会いした時には、ぜひ教えていただけたらと思います。来年も宜しくお願い致します。

渡貫 久

大学卒業後、広島市に本社のある食品スーパーマーケットに入社。現場、人事、経営企画、業務改善を経験後、中小企業診断士の資格を取得し、独立。スーパーマーケットや食品メーカー、飲食店等、食や流通関連の企業を中心としたコンサルティングのほか、公的機関や学校、民間企業向けの研修を行なっている。中小企業診断士

実践版孫子の兵法 勝者を支える最高峰の戦略書 ———— 第3回

今月も前月に続き『孫子』の関連書籍のご紹介をしたいと思います。まず、中国古典研究家である守屋 淳氏による『最高の戦略教科書 孫子』です。彼の父の守屋 洋氏も中国古典研究家で、守屋 洋氏をご存じの方も多いかも知れません。さて、本書は二部構成になっており、第一部では、『孫子』そのものに着眼し、『孫子』はそもそも何を問題とし、何を解決しようとしたのかというテーマのもと、『孫子』の解説パートになっております。一方、第二部では、『孫子』の教えをいかに活用するかというテーマのもと、現代ビジネスへの活かし方を著者なりの視点で展開しています。本書の冒頭部分にて、「古典を活用するためには、抽象度をあげて考えることが重要」と著者は主張しています。時代背景が異なる現代に応用するために、『孫子』を自分にとっての知恵として吸収するためには、『孫子』の内容を「簡単に言い直せばどうなるか」「より一般的に表現すればどうなるか」という視点で読み解く必要性を訴えています。第二部はまさに抽象度の上げ方の一例を示しているものと言えます。このように『孫子』の解説と、現代ビジネスへの『孫子』の活用の仕方をまとめた一冊と言えます。特に興味深かったのは、『孫子』は、著者である孫武が呉王に登用される前に、献上した兵法書であったという背景から、孫武の考えすべてを開示しておらず、戦いの深奥に触れる部分をわざと曖昧にしている点です。そのため、いろいろな解釈が生まれている理由とも言えるかも知れません。

もう一冊は経営学者で、名著『経営戦略の論理』の著者である伊丹 敬之氏による『孫子に経営を読む』です。経営学者の視点で、『孫子』を読み解いた本です。『孫子』の本によく見られる、『孫子』の流れに沿った解説ではなく、著者なりの切り口で章立てをしている点が特筆すべき点です。「経営の本質」「将のあるべき姿」「兵の情」「戦略の神髄」「戦略的思考とは」「勢いは経営の肝」といった流れで独自の視点で『孫子』を再構築しています。経営学者の視点で、孫子の考え方を現代ビジネスの事例を盛り込みながら、説明している点が納得感をより高くさせています。各節のタイトルは孫子の一節が引用されていますが、サブタイトルには伊丹氏による解釈があり、例えば、「まず正攻法、そこに奇手を組み合わせる」「サプライズこそ戦略」など非常に明確なメッセージが添えられています。サブタイトルを読んで気に入ったところを読むのもよいと思います。

先月と今月で孫子の関連書籍をご紹介しました。年末年始の読書の候補になれば幸いです。



吉田 英憲

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化IT活用含む、後継者の立場に立った事業承継などの支援を行なっている。中小企業診断士