

E ブックス⑭

# ビジネス 金言集

VOL.2

伊東久雄 著  
(株)日本ブレインウェア  
Function5出版部刊

\* 処世に役立つ一言を「金言」と言う \*

## 目次

その1	ブランドに胡坐をかくな！……………	2
その2	起きるのが怖い！……………	4
その3	事前に連絡してください！……………	6
その4	自身が望んだ事なのでは？……………	8
その5	何故、当社なの？……………	10
その6	判らない事はしない事！……………	11
その7	売れないのは資金が無いからだよ！……………	13

## その1 ブランドに胡坐をかくな！

「私はお金を返して欲しいとか契約を破棄するとか言っているわけじゃないですよ、ただ当社の状況を正確に把握して誠意を見せて欲しいと言っているのです」

これは、私が某コピーメーカーの営業部長に発した言葉です。

事の発端は、メーカーの営業から「最新の複合機に変えれば大幅にコストが削減できます」という提案を受けたことによります。

それまでの複合機は5年のリース契約で約2年半使用したところでした。当社としてその機種で何の不満も無かったのですが、メーカー側は事務方から過去のデータを貰い比較表まで作ってきました。そしてリース残額も代返すると言うのです。

今までと同様のリース料、ランニングコストは削減できる、しかも最新の機種というトリプルメリットに私も2回目で判を押したのです。

ところが、工事が終了していざ使い出すと、プリントアウトでFAXが起動して送信ミスを起こすなどいろいろな障害が多発しました。

何度もエンジニアが入れ替わりで来ては点検するも一向に直らない、これが約1ヶ月続いたところで流石の私も痺れを切らしたのです。

そして、責任者の営業部長が来社したのですが開口一番「新型機で、御社のような複雑な使い方は想定していなかったようで、もし直らなかつたらキャンセルして元の機種に戻しますから」と言うのです。

流石の私もこれにはかなり気分を害して冒頭の言葉を発したのです。

私が怒ったのはまともに動かない物を買わせたからではない、当社が1ヶ月以上も仕事にならなかったからなのです。

その損失は多大なものとなる、何故1ヶ月もその状況を知っていて自ら

呼ばれる前に善後策を提案できなかったかなのです。

コピー業界では最もブランド力のあるメーカです。私は冒頭の言葉に「ブランドに胡坐をかいているのではないですか？」と付け加えたほどです。

業界トップを走るもの、継続した信頼を維持していただきたい、そしてそれは謙虚な気持ちから来る顧客満足度の維持、私はこれしかないと思っています。

## その2 起きるのが怖い！

「朝、目が覚めるのが怖いんだよ！」

これは、大手取引先の倒産によって多額の売掛債権を回収できず、半年の間に80人居た社員が僅か10人ほどとなり、倒産直前まで追い込まれたソフト技術者派遣業を営んでいた社長の言葉です。

しかし、この社長に倒産直前に奇跡が起こったのです。

それは、派遣を行いながら自社開発していた生産工場で用いる管理ソフトが大手メーカーの目に留まり、著作権と共に一括購入されたのです。

その結果、それまでの多額の借入金がゼロとなったばかりか、長期のメンテナンス契約やカスタマイズ業務で経営が一夜にして回復し、今では上場を狙える超優良企業に変身したのです。

心身ともに疲れきって家に帰ると頭が真っ白になりボーッとしてきて、自分が生きているのか死んでいるのかさえも判らない状況のまま朝を迎えろと言ひ、朝ふと我に返るその瞬間が本当にゾッとするほど怖いのだと言う。

そう言っでは、私と飲むと何時も朝方まで付き合わされたものです。

私には幸いにして未だにそこまでの経験は無いが、この言葉は私にとって大変勉強になったことは確かです。

経営者の責任の重さ、厳しさ、覚悟、心構え……。

その後は何度もこの話を思い出し、自分の会社を想定したいろいろなシミュレーションが頭の中で行え、数々の難局を乗り越えられたのです。

彼は、当時今では私も良く言う言葉を何度も使っていました。

「諦めさえしなければ何時かは必ず夢は実現する！」

「怖くて逃げたら本当に終わるよ！」

全ての人に、どんな状況下の人にも通じる言葉ですね。

## その3 事前に連絡してください！

「それなら事前に電話してくださいよ」

私がIT商社の営業社員に発した言葉です。

この経緯は、当社のホームページを見てアクセスしてきたIT商社の営業社員、その問い合わせ内容が実に興味を持てる内容でしたので、何とか時間を作って面談することにしたのです。

当日、問い合わせしてきた営業社員と技術課長、技術部長の3名で来社しデモを見ながら話は大いに盛り上がりました。

そして、双方から提案がもたらされ、次回は担当役員（取締役事業本部長）とのトップ会談をすることによって合意したのです。

その後、何度かのメールのやり取りで当社への来社の日時が決定しました。

そして予定の日時、なんと担当社員が一人で来社してきたのです。

「あれ、一人ですか？」の問いに、「実は役員が数日前に持病で倒れてしまっていて、せっかくお約束していたのにすみません」と言うのです。

と言うことは、今日の会議の意味は無くなったわけです、それで冒頭の言葉を私が発したのです。

こちらは無い時間を何とか作り、待っていました。

もし、意味の無い時間であれば前もって連絡をして欲しいものです、そうすることで別の日時を検討し、私もその予定の時間に他のことを入れられるのですから。

特に、その時期は決算などで1分1秒も無駄にしたくないと言う時期で本当に参りました。

本人曰く「電話で日程変更を通知するのは失礼だと思って私だけでもと思い……」。

彼は、とんでもない大きな勘違いを起こしているのでは無いでしょうか？

本当に誠意を見せるとは何か？ 相手の立場でどうか考えて欲しいものです。

## その4 自身が望んだ事なのでは？

「それは、社長さん本人が望まれたことなのではないでしょうか？」

これは、先の「起きるのが怖い！」での、ソフト技術者派遣企業の社長との話の中で、倒産の危機に直面した状況を聞いた際に、私が発した言葉です。

その会社は大手取引先に対する売り上げが90%を超えており、その売り上げの殆どが技術者の派遣でした。

以前から社長は私と会う度に1社に売り上げが集中していることを大変危惧し、業務内容も派遣から受託開発やオリジナルのパッケージソフトを開発する企業への転身を望んでいました。

それを聞いていただけに、大手取引先が倒産し、倒産の危機を迎えた状況を私が「失礼ながら」と付け加えたうえで冒頭のように表現したのでした。

つまり、大手取引先の倒産は経営改革そのものを自ら手を下すことなく自然の流れの中で行えるように動いた、とすることではないだろうか？

仮に社長本人が経営改革、事業変革を行いたいと常日頃から考えていなければ、おそらくその大手取引先の経営悪化に何も対応しなかったと言うのは疑問が残ります。

聞けば、支払い遅延要請や、現金振込みから120日の手形に変わるなど、明らかなる前兆は有ったのです。

では、何故その社長はもっと早く他の取引先の確保やソフトランディングでの撤退を行わなかったのだろうか？

それは、おそらくスムーズなる企業変革を望んでいたことが、無意識のうちにそういう行動を拒んだのではないだろうか？



事実はどうなのかは判らない、しかし私は自分の経験に照らし合わせて考えるに確実に自分が望んでいることは、遅かれ早かれ実際に起こります。

それは無意識の領域に入った「強い欲求」は自分の思考や行動までが無意識のうちにコントロールされてしまうと思えるからです。

「夢や目標は諦めなければ必ず実現する」

これも、おそらく強い欲求が無意識の記憶へと移り、本人が意識しないうちに行動や言動を行っているのです。

それに呼応して周囲に様々な変化が起きると思います。達成の障害となるものが自然に消え、必要な人材や企業が寄ってくる。

このような一見不思議な現象は、明らかに本人が無意識に望んでいたことが表面化した結果です。そしてそのきっかけは自らの無意識なる行動に他ならないのです。

## その5 何故、当社なの？

「そんなに凄いものなら、何故当社へ持ち込むの？」

これは、自分のアイデアは「今までに無いもので、絶対凄いもの」と企画書を持ってきたベンチャー企業の社長さんに言った私の言葉です。

起業したてのベンチャー企業の多くはアイデアを企画書や事業計画書にまとめて資金調達を行っているのが現状です。

ITバブルの頃はそれでも何とか調達できていました。そして意味も無い開発投資を行って、結局は売れずに倒産。

もうそろそろ、ベンチャー企業も勉強しているだろうと思っているのですが、こういうベンチャー企業は今も後を絶ちませんね。

正直な話、今現在企画書ベースで出資を行う法人もベンチャーキャピタルもまず有り得ません

余程冒険好きな個人のお金持ちであれば別ですが、これも期待できません、なぜなら数年前に痛い目に遭っているからに他ならないから。

銀行も設立3期目までは流石に融資してくれません。したがって出資者からの直接調達の道しかないのです。

ベンチャー企業の社長さん、まず自社や自分のお金で紙ベースの話ではなくて現実に製品化して見せて欲しいものです。

そして、本当に凄いものであれば、引き手あまたのはずです。当社のように吹けば飛ぶような極小企業に出資を求めてくること自体がおかしいのです。

いつの時代でも、他人のお金が無ければ製品化やサービス開始ができないような状況で起業すべきではないのです。

## その6 判らない事はしない事！

「どんなに儲かりそうな話でも、自分で判らないことはやったら駄目だよ」

これは、20年以上もお付き合いのある中堅商社の社長の口癖です。

商社と言う業種柄、いろんな儲け話が連日のように飛び込んで来る様です。しかしこの社長は絶対にそういう話には乗らないことで有名です。

社長曰く、「本当に上手く行くような話も中には有るが、例え誰かがやって上手く行ったとしても、自分の住んできた世界と違うことは、自分がやったらまず上手く行かないものだ。これはもう何回も経験してきて判ったことだから。」と言う。

更に、「業界に5年居てようやくその業界が判る、その世界で本当に成功を収めるには更に5年、そして肌で感じるような感覚にならなくては絶対に上手くは行かない。上手く行くと思いきむのは業界をまだ知らない素人だから・・・」と。

私は今では、この言葉を自分の物のように考えるようになっていました。

私もまたいろいろな話が連日のように飛び込んできます。聞けば儲かりそうな話ばかり、しかもIT系と私の元々の住む世界でもあります。

でも、自分が長年この世界に居て経験してきている肌感覚を信じることにしているのです。

その肌感覚は、この10年ほどは100%的中しています。どうしても気持ちの乗りが悪いときは、一時的に伸びそうな前兆も見せるが、最終的にはやはり廃れていきます。

本当の儲け話なんて、世の中にそうは有るものではありません。

自発的に創出した事業ならまだしも、本当に儲かる事業なら、もう沢山の人が手を出しています、そして話を持ってきた本人がとっくにやってい

るでしょ？

人に話を持っていくということは、現状上手くは行っておらず何かの新しい方策を必要としているか、停滞事業そのものの売却を目論んでいるか、そんなところが本当のところなのでしょうね。

## その7 売れないのは資金 が無いからだよ！

「ベンチャー企業や中小企業が良いものを作っても売れないのは、ブランド力でも信頼性などでも何でもない、理由はたった一つ、資金力だよ」

これは、当社子会社（映像機器メーカー）の販売代理契約締結に向け会談した際の大手商社の社長の話です。

私から「我々のようなベンチャー企業にはブランドが定着していない、そのため御社のような大手企業が販社となっただけならば、大きな力となります」という話に対しての意見です。

要は「商品とはブランドや信頼性も勿論最重要、しかし売るという行為に関して言えばブランドじゃない、売るために必要なリソース（体制）、販売企画（計画）、そして展示会や新聞・雑誌への広告……つまり圧倒的な資金の問題だよ。」と言うのです。

そう、まさにこの会社は当初は20～30人規模の中堅商社でした。これが自社商品も無く、当然ブランドも無いのに、あっという間にJASDAQ公開、そして東証2部上場、2年後は東証1部上場と5年間で誰もが驚く偉業を達成してしまったのです。そして社員は5年で10倍に。

この成功の裏にあった戦略はこの社長の言うとおりで、軍資金を集められるだけ集めて新聞広告を打ち、とにかく社名を売った。その結果のブランドなのです、そして偉業に繋がったわけです。会社清算を賭けての大勝負だったと言う。

つまりは、ブランドや信用は最重要、しかし、それを行うにも何をするにもまず圧倒的な資金力が必須と言うのはこのためなのです。

ベンチャー企業はやはり、資金力が乏しい。

そして計画通りに売れない理由として「ブランド力・・・、営業力・・・」などと言いつを言っているのが現状ではないでしょうか？

ベンチャー企業や中小企業は売るために、まず何をしなくては行けないか。

そう資金、売るための軍資金を作るのが最初に行うべき課題なのです。

ベンチャー企業よ、「売れない」理由の言いつを考える前に軍資金を調達すべし！