

優秀企業6か条

優秀企業の共通点

明確な事業範囲	経営者が自社のコンセプトを基準に、乗り出すべきでない事情を明確に判断できる。
独自の経営戦略	コンサルタントの意見の無批判な導入や、同業他社の物まねをせず、経営者自らが経営戦略を考え抜いている。
傍流を経験した経営者	経営者が一時期企業のエリートコースから外れて傍流にいて、自社を客観的に眺め、不合理な点を見てきた経験がある。
危機感の存在	会社存亡の危機に際して新分野を開拓するなどの逆転劇を体験している。または、危機感を社内に醸成する文化がある。
身の丈にあった成長	株式市場にかく乱されない手元資金の範囲で事業展開する。
規律の文化	経営者や従業員に使命感や倫理観などの規律が存在する。

■デフレ不況に苦しむ「失われた10年」の間にも高い業績をあげた優秀な日本企業に関する研究の中間報告の全容が20日、明らかになった。報告書は優れた企業の共通点として上記の六項目をあげている。この研究は内閣府が経済活性化戦略の一環として独立行政法人・経済産業研究所に依頼していたもので、6月21日の経済財政諮問会議に報告される。

■同会議は今後、報告書を元に産業競争力の強化策について検討を進める。報告書は上場企業について1984年以降の売上高営業利益率、利益の伸び率、自己資本比率などの経営指標を調査し、30社程度の優秀企業を選んで経営者や社員への聞き取り調査を行った。そのうち他社の経営にも参考になると判断したキヤノン、花王、マブチモーター、信越化学工業、ヤマト運輸、シマノ、任天堂、ホンダ、セブン-イレブン・ジャパンの9社について重点的に分析し、経営戦略や企業文化などの共通点を抽出した。

■報告書が優秀企業の共通点として第一に挙げた「明確な事業範囲」とは、経営者が自社企業のコンセプトを明快に説明できることで、「やるべき事業と手を出すべきでない事業が明確に区別できているため、不用意な多角化をしない傾向が強い」と指摘した。バブル経済時代に財テクや異業種への多角化などで失敗した企業とは対極をなすとの見方を示したものだ。

■又、優秀企業には経営上の危機を逆手にとって成長した経験があったり、危機感を社内に植え付ける文化が在ったことをあげた。偽装表示問題などの危機対応に失敗した企業は、優秀企業にはなれないことを示した。

■更に経営者が一時期、エリートコースから外れた「傍流」にいて、不合理な点を含めて会社を客観的に観察した経験がある事が多いことも特記し、一度つまづいたサラリーマンにも“勇気”を与える報告となっている。

■報告書は調査の結果たどり着いた優秀企業のイメージとして「愚直、まじめに、自分のわかる事業をやたら広げず、きちんと考え抜いて情熱を持って取り組んでいる企業」とまとめた。

■反面、アメリカ流の経営手法を導入しているかどうかや、国際競争にさらされているかどうかは、「重要ではない」と記して優秀企業に関する従来の見方の一部は否定した。