

# R.F.C.M Heartful Report

リスク・ファイナンシャル・カウンセリング・マネジメントのハートフルレポート===2015年9月号

## ◆問題が起きたときにどう臨むか？

問題が起きたとき、どうしてもそれに関わらなければならない場合がある。そのとき、幾つかの選択肢の中から1つを選ばなければならないときは「一番困難だと思うものを選びなさい」というのは、わたしの母の教えであった。

会社として仕事を引き受けたものの、誰にも「やりたくない仕事だな～」と感ずることがあるものです。簡単そうだが自分でやるべきではない仕事として「人に任せる」という判断を下すこともある。

自分がやりたい仕事はこれではない、費用がかかっても、相手に何を思われようがかまわない。部下にも体験させなければ分からないことは、トラブルが発生するかも知れないが任せてみる。

トラブルが発生したら、部下をその現場からはずさず、すかさず組織力の活用法を学ばせながら問題解決の指示をする。

『自分は一度も体験したことがない難題』は失敗したくない。失敗のリスクは大きい。だからヤリガイより不安が先行する。だが…「自分がいちばんやりたくないことだからこそ、徹底的にやってみよう」自分は本当にそれが不安なのか嫌なのか。

嫌いなことと不安とは別なものだ。不安の解決策はあるのか、それともないのか？

大きな問題をひとつひとつ分解して個々に検証することによって、見えないものが見えてくる。部下にも同じようにそれを体感させることで、成長させることが出来る。

身体を張ったトラブル解決こそ、部下の育成に実践体験として仕事力、復元力を身につけさせることが出来る。

リスクのクヌシリ  
体験させなければ分からないことがある

## ◆問題解決の体験は仕事を楽しくさせる

嫌いな仕事、苦手な仕事、不安な仕事…と、嫌いだ、苦手だ、不安だと決めてしまうほど部下達はそれを経験しているのだろうか？

数回しか体験したことが無い仕事で、果たして「嫌いな仕事」と言ってしまうていいのだろうか？

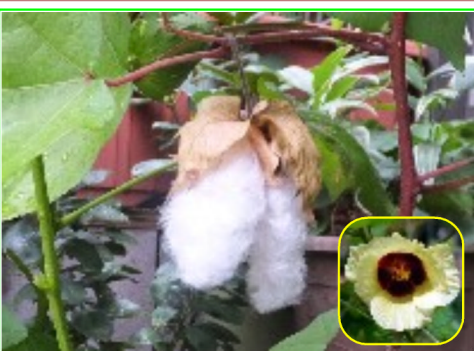
何回失敗し、何回成功を体験すれば、嫌いを払拭して好きになれるのだろうか。部下の中には、仕事のひとつひとつに「いい仕事」と「レベルの低い仕事」のようなランクをつけているようだが、社内から発生する仕事は、どの仕事ひとつとっても大切なことばかりで仕事にランク付けなどはない。

トイレ掃除でも、自分の目線で見えるところだけ拭き取って終わる人もいれば、便器の裏側やタイルの目地に溜まった埃まで綺麗に拭き取る人もいる。

自分が嫌いだと感じていたり、苦手だと感じている仕事は、一体何回体験してそのような言葉になっているのでしょうか。トイレ掃除も、炊事場の掃除も、掃除をした本人が心から快適で気持ちいい…と、感じられるようになっていけば、『嫌い』『苦手』を克服していることなのでしょう。

植木の手入れを植木と対話しながら水遣りや剪定をしている人もいれば、水遣りをしなければならぬと感じてする人、自分の喉が乾いていても植木の水遣りを忘れて葉を黄色くさせてしまう人…、植木との会話、トイレとの会話…が出来るとなれば、仕事は楽しいものになる筈です。

繰り返す何気ない仕事を淡々と続け、そこから楽しさを発見できる人は、どんな難題に直面しても淡々とやりこなし、仕事を楽しんでする人になるでしょう。



【花言葉】優秀・私を包んで・偉大さ・崇高・繊細・有用な。

昨秋に実ったコットンかおほくして種を取り出しておいた。春にその種を5号鉢に蒔き、黄色い花はやがてピンクになって萎み、少しづつ結実が始まります。ある日、膨らんでいた実がポツカリ弾けるように割れて写真のように白い綿がみられます。

黄色い花は綿花(メンカ)といい、アオイ科ワタ属の植物なので、確かに葵の花にも似ています。

今年の夏は気温が高い日が続いた影響なのか、昨年より生育が早かったようです。今年もまた、綿を摘んで種を採って来春も撒いてみたい。

ちよっと歳時記

## 1. 新規事業の立ち上げ

立ち上げた新規事業を手放す場合、事業自体の評価(収益性)が主となるが、知財回りをしっかりしておくことで事業譲渡の成功につながったケースに、ここ数カ月で2件ほど関わることになった。今回は、2件目について、詳細を検討してみたい。

## 2. 六次化事業の事業譲渡

電子部品の組み立て会社が六次化事業を立ち上げ、FC(フランチャイズ)企業も含めて、この六次化事業を事業譲渡した事例について紹介する。

この六次化事業は、機能性食品の量産化として注目され、出口側である販路についても確保され、価格維持が可能な安定したモデルとなった。そして、その安定した収益性ゆえに、上場企業を含めた5~6社のFCによる生産体制が構築された。

六次化事業に成功した電子部品の組み立て会社は、(1)ノウハウを含む技術指導利益、(2)FC先への機器供給・消耗品供給による利益、

(3)生産物の全数買い上げによる卸利益を生み出す収益モデルを形成することができた。

## 3. 事業譲渡の背景

一方で、電子部品の不振で赤字が雪だるま式に増え、要注意先として金融機関のニューマネーが入らない状況が生じ、事業資金が不足する事態となった。

さらに、六次化事業は、社会的に注目されるものの、新規事業の立ち上げ段階で利益は小さく、これまでの開発費を回収するには到底及ばないものであった。

すなわち、本業が不調となつてからの新規事業の立ち上げの典型であるが、運転資金が続かず、せつかく立ち上げた新規事業も含めて、会社自体の経営が非常に不安定な状況となつていった。

## 4. なぜ事業譲渡できたのか

なぜ、この事業が事業譲渡できたかは、次の(i)~(v)の要因が“特に知財的な観点で”大きいと言える。

(i) FCを含む生産体制としてのアライアンス

形式的には、不振の電子部品と切り離して事業譲渡が可能なパッケージとなつていたこと、さらにFCを含めて収益性が数字として読める状態となつていたことが表面的な要因と見えるが、これらを担保するように、FC契

## 新規事業の立ち上げと事業譲渡③

弁理士 酒井 俊之

約書など各種契約書が、契約上互いに権利義務が明確化されていた。

(ii) ノウハウ管理

実は、上場企業がFC傘下に入ったのは、このノウハウおよびノウハウ管理にあったと言っても過言ではない。単なる業務提携ではなく、上場企業といえども技術指導がないと生産および生産管理ができないためである。

そして、このノウハウがマニュアル化され、ノウハウ(財産)が明確な形で管理されていたことが、次の知財評価(事業譲渡対価の評価)でも評価された。

(iii) 事業性評価

ノウハウを含む本格的な事業性評価として、予め参考価格を取得することで譲渡対価のベースを形成することができた。

その中では、①市場性②特許・商標(ブランド)③ノウハウ④FCを含む事業性④これらから想定される収益性が本格的に事業性評価がされた。

(iv) 権利の集中

開発段階では、協力会社が外部コンサルも関わつてもいたが、意図的に権利を自社に集中させていた。

## 5. 最後に

上記(i)~(iv)は、前回の第1事例同様、我々知財の専門家を紹介した、自社のビジネスモデル(収益モデル)形成であり、これを安定的に維持するためのツールに等しい。すなわち、事業譲渡できる形態を意識するのではなく、自社のビジネスモデル(収益モデル)形成を意識することで、結果として事業譲渡ができたに過ぎない。

それと同時に、知財回りをしっかりしておくことで、少なくとも、途中で事業が売却できるところまでは行けることも判る。



◆プロフィール◆ 酒井俊之(さかいとしゆき)

1976年生。福島県伊達市出身。慶応大学院基礎理工学専攻修士課程修了。03年弁理士試験合格。04年弁理士登録。同年、創成国際特許事務所に入所。08年、福島事務所開設に当たり所長に就任。

地方公共団体や新聞社主催の各種セミナーの講師として活躍する一方、事業モデル『知財制度の活用戦略』を展開。出願から20日で登録

査定という早期の権利化モデルを実現。東北経済産業局特許室『東北地域知財経営定着支援事業』総括委員、東北工業大学非常勤講師など。

男性諸氏には、あるときから髪が急に薄くなったように感じることはないだろうか？

人の髪は、妊娠9~14週目に発生し、5ヶ月後には産毛として完成。8ヶ月後には軟毛となり出生。そして3~6ヶ月後には硬毛となり、毛穴の数は変わらないまま現在に至るといふ。

毛穴の数は変わらないが、1つの毛穴に対して毛髪の種類、太さ、本数が増えるので、それが個人差となつて毛髪が濃く見えたり、少なく見える人と分類される。髪は細い人で0.05mmで、太

## 気になる数字…… 10万本 日本人の大人1人の毛髪の平均本数

い人では0.1mmを超える人も。ある年齢を超えると髪は細くなり、特に男性では顕著で加齢とともに急激に細くなる。

日本人女性の髪太さの平均は約0.08mmで欧米人の平均は約0.05mm。黒髪のアジア人の平均は9万本だが、欧米人の平均は11万本。

日本人の毛髪の平均本数は、約10万本で、多い人は13~15万本少ない人で6~7万本程度で

ある。

大人の毛穴からは通常硬い毛が3本生えていること、アジア人の黒髪の断面は真円だが、欧米人の場合は楕円形なのだそう。

毛髪の周期は成長期が終わり、退行期、休止期を経て3~4ヶ月かけて抜ける。そして、その毛穴から新たな毛が成長期にはいる。

髪髪の10~15%は休止期か退行期にあるという。

(出典：『あつと驚く科学の数字』出版：講談社/著：数から科学を読み解く会)

# 住まいの情報も共有化の時代へ

なるほど納得……不動産!!……No.022

株式会社ありがとう・不動産



して整備していく必要があります。しかし建築やリフォームといった専門分野の情報を一般消費者自身がシステムに登録するのは簡単ではないと思います。そのため、住宅の専門家である

日本政府は、既存住宅を有効活用するために中古住宅の売買を活性化させようと上記のイメージ図にある**情報ストックシステム**を構築しようと模索中です。消費者がWebサイトで住宅を探す際、物件周辺の地盤、学校や病院などの施設、水道やガス等のインフラ、価格相場、住宅のメンテナンス状況などの情報をまとめて見られるようにするための情報システムです。

不動産会社、リフォーム関連企業、検査関連企業などが情報登録のサポートをすることになります。住宅を人間にたとえるなら、かかりつけ医のような専門家に住宅や資料などを見せてカルテをつくってもらい、それをシステムに登録するのを手伝ってもらうイメージです。

この情報ストックに含まれる情報の持ち主は、おおまかには次の3種類です。

- ① 行政機関
- ② 不動産会社
- ③ 住宅の所有者

② **不動産会社**は、『レインズ』と呼ばれる不動産会社がそれぞれ自社の物件を登録したり、他社の物件を検索できるシステムを既に持っています。そのシステムから① **行政機関**の情報を取得できるよう連携させることが考えられています。地方自治体のWebサイトなどで一部公開されている情報は、すでにシステムとして存在するからです。問題は、③ **住宅の所有者**の情報です。一戸建ての場合、新築時の設計図等の資料やリフォームやホームインスペクションと呼ばれる検査が実施されていればそのときの資料などが売却にあたって有効な情報になるでしょう。マンションの場合は、一戸建てと同じような資料に加えて、管理規約、維持修繕の実施状況、維持修繕積立金の積立金額などにも有効な情報にあたります。これらの情報は、システムと

現在、住宅履歴情報は、住宅履歴情報蓄積・活用推進協議会という団体の『いえかるて』というシステムに登録できるようになっています。また登録をサポートする団体も決まっています。上記のイメージ図にある**情報ストックシステム**そのものは、平成30年度の本格運用を目指して、いまは試行運転中ですが、その試行運用の一環として住宅履歴情報の登録サポートキャンペーンが実施中です。キャンペーン期間(2015年6月1日～12月31日)に限り、履歴情報を登録する際のサポートが無料になります。ただし、横浜市内の売却予定の一戸建てに限定されます。詳しくは、『いえかるて』のWebサイト (<http://www.iekarute.or.jp/>) でご覧いただけます。

いまのところ住宅履歴システムがどの程度のスピードで普及するのか不透明ですが、住宅履歴情報が整備された中古住宅が、情報のまったくない中古住宅より、売却のとき有利になる時代が近い将来やってくるかもしれません。たとえ売却予定がなくても、もしお手元に新築時あるいはリフォーム時の資料等が残っていれば、ぜひ大切に保存なさってください。

## 気になる！コトバのあれこれ この数は合っているのでしょうか？ 『なぜなに日本語』 関根健一 著/三省堂 出版

古くからある表現には、納得しがたい数が時々登場します。たとえば、『七転び八起き』。7回転んだら、起きあがるのも7回ではないかと考えてしまいます。この「なぜなに日本語」という本では、この「七」と「八」は、実際の数を示しているのではなく、「たくさん」を表わしていると説明されています。その例に、いろいろな声が出せる「七色の声」、何重にも折れ曲がっている道の「七曲り」、数々の災難の「七難」を挙げています。そんな「七」に、さらにひとつ多い

「八」を組み合わせて、何回も何回もと、回数の方を強調したのが『七転び八起き』だというわけです。ほかにも、「『人一倍』頑張り屋さんです」という表現の一倍に対し、人と同じではないかと思ってしまう。しかし、「一倍」は、昔は、ある数量を二つ合わせた分量を意味したそうです。『今昔物語』に、「一年を経たるに、借れるところの銭一倍しぬ(一年たつて借りたお金が一倍になった)とあるそうです。それが1875年、一倍ではなく二倍と言うようにと政府がおふれを出して今に至るそうです。疑問に思うような数字にも、その理由がきちんとあったんですね。



## ●メールを送った側と送られた側の食い違い

わたしはメールでお互いの意思を疎通させることが大嫌いだ。中でも特に嫌いなのは携帯メールだ。次ぎにスマートフォンで、パソコンメールが最期だが、それもやむなく受け入れざるを得ない周囲の状況があるからで、できれば電話で話すことの補助として活用することにしたいと思っている。

「メールは便利」だというメール活用派の人には呆れられるかも知れないが、メールには幾つもの問題点があると思うからだ。

それは、メールを送信した側と送られた受信側との連携関係だと思う。

メールでの連絡のやりとりで一番重要なのは、メールを送った相手が「確実に開封するのか？」それとも「時には開封しないこともあるのか？」という点であるのだが、殆どの場合、送り主の意識としては、相手が開封してくれることを前提に送っているわけで、送信ボタンを押すと同時に、その内容については相手は周知しているものと考えていることになるので、必ずしも意思の疎通ができていないものとは思えないのに、返信のメールがないことに苛立っている場合も多いようだ。

つまり、メールは単なる情報伝達手段であって、意思の疎通をさせるためのツールではないのです。

「添付データをメールで送信する」のは宅急便や郵便より早いと考えられるが、相手がメールを開封しても添付ファイルを開封して内容の詳細を確認しなければ「確実に開けた」ということにはなりません。

ある取引先とのやりとりで、担当者に『先日打ち合わせた●●の件についての回答はどうなりましたか?』と電話をすると『先ほどメールで送っておきましたよ』

# リスク・カウンセラー奮闘記 - 136

との返事が…。

それなら送信する前に電話でひと言連絡するべきだ…と言えば『お約束通り今朝一番で回答した』と言うので、呆れてそれ以上何も言わなかった。

## ●メールで心のコミュニケーションがとれる?

ずいぶん前に聞いた話ですが、自分の席の後ろの人にメールで仕事の依頼をしたとか、上司に宛ててメールで退職届を提出したというようなビックリするような話もあります。

特に情緒面や感情的なこと、誹謗・中傷や個人情報までもメールでやりとりするのは、メールには不向きであることは間違いない。

メールが日常的になり始めたころのある会社での出来事です。社長が全社員向けに発信した同報メールの内容に、一人の従業員と個別に話し合っ解決すべきことがうっかり書いてしまったことに気づかず社長不信が社員間に広がり、6割の社員が退職することになって、再生計画に大きな痛手となるほどの結果を招いた事例もあったと聞きますが、一度発信してしまったものは無かった事にはできないのですから、メールは恐ろしいです。

メールを発信する人は、メールを送った相手との日常のコミュニケーションがとれていることが大切です。

「メールを送ったから、そのことで必要なことは伝えましたよ。わかっていただけですからね。」という考えは大きな間違いです。

メールにおけるレスポンスが今イチの時には、電話や訪問などにより「正しく伝わる」さまざまな工夫を考えるべきです。

声のトーンや、顔の表情によって相手とのコミュニケーションは深いものになります。



## ご利用ください! 『経営危機から家族を守る!』のしおり

このキーワードは、リスク・カウンセラーが小規模経営者に向けて訴え続けている永遠のテーマです。

- ①正しく“家訓を守り”承継できる会社経営をめざす経営者
  - ②急成長したのに資金繰りに行き詰まり再生に挑む経営者
  - ③長引く経営不振に決断が先送りになり迷走している経営者
  - ④不慮の事故により経営が危機的状態となった経営者の家族
  - ⑤企業再生が失敗に終わり“起死回生”に向けて頑張る経営者
- “万が一”の経営危機を回避するには日頃からの備えが必要です。

※問題が起きる前に社内勉強会にお役立てください。  
 ※出張による少人数制ミニセミナーをお受けしています。

富貴への道

再生・再起への道

終活の手引き

◇発行者 株式会社 ホロニクス総研  
 ◇責任者 代表取締役・リスクカウンセラー 細野 孟 士  
 ◇連絡先 〒113-0033 東京都文京区本郷1-35-12  
 TEL.03-5684-0021 FAX.03-5684-0031  
<http://www.holonics.gr.jp>

【ホロニクス】

(英: Holonic) 全体(ホロス)と個(オン)の合成語。

すなわち組織と個人が有機的に結びつき全体も個人も生かすような形態を言う。生物は個々の組織が自主的に活動すると同時に独自の機能を発揮する一方でそうした個が調和して全体を構成する (小学館「カタカナ語の事典」より)