

R.F.C.M Heartful Report

リスク・ファイナンシャル・カウセリング・マネジメントのハートフル レポート===2014年5月号

◆社会に貢献できる事業であること…

中小企業経営者が事業を継続していくために必要なものは大きく三つある。

- ・事業が社会に貢献しているという「社会性」
- ・事業により収益を確保できる「事業性」
- ・他の企業にはない独自の特徴「獨創性」

特にこの中で、近年大きく注目されているのは【「売上」⇔「利益」⇔「社会貢献」】の関係性を顧客にアピールして、特に「社会貢献」に対して「顧客」と共有して成長していく事業展開の方法ではないだろうか。

特に、環境問題の解決に取り組むNGOや、人種問題や途上国の教育格差などの社会問題に関して取り組む団体への寄付金として、利益の一部を供出するのではなく、「社会的効果」への取り組みとして事業化していく経営姿勢が注目を浴びているのです。

顧客がすすんでその企業の商品を買うことによって、国内外において社会人の一員として問題解決に取り組んでいかなければならないと意識を喚起させる仕組みを考えるのです。

それは、その企業の取り扱うサービスや商品なのですが、それを「ソーシャルプロダクツ(社会的製品)」と呼んでいます。

『社会貢献』を最重要課題とする経営姿勢によって、業界内の低価格競争に巻き込まれず、安定した社会貢献意識の高い顧客確保につながるものとして、静かに着実な成長を遂げていることは注目したいものです。

『本業と社会問題の解決を一体化』したビジネスモデルは、“社会貢献消費”として震災復興支援などをきっかけにして、社会に貢献している企業として多くの人々の認知度を上げているようです。

●経営理念が一貫している販売ツール

見込み客を出来るだけ多く集めることが出来るかというのが、集客をするうえでの大きな目的ですが、販売活動により売上を上げ、利益を確保するまでの手段に他なりません。

商品の素晴らしさをお客様に説明するなど懸命に営業活動をしているのに、一向に商品を買っていただけない状態にならないことはないだろうか。

どこの、誰に向けて商品のアピールをしているのか

リスクのクソリ
経営者の想いを販売ツールに繋ぎたい…

が不鮮明であるために、気がついたら周りにお客の姿がいなかった…ということになっているのは、集客の手法が間違っているということでもあります。

販促ツールには、製品カタログ、料金表、製品を紹介したポスター、配布用のチラシ、最近ではWebサイトやメルマガなど、特定顧客、特定業界に向けた会社案内やプレゼンや提案書など、自社商品の販売姿勢やサービス体制に準じて、店頭販売員や営業マンの販売活動を助けるために準備する、販売促進において必要不可欠なものです。

商品知識を販売に関わる全ての人が熟知していくためにも、販売員のスキルの格差を少しでも少なくなるようにするためにも、販売ツールは必要です。

従って「販売ツール」には、一貫した経営理念が読み取れるものでなくてはならないことも経営者は十分に理解して行動しなければならないのです。

●経営者の想いは良い「井戸」に託す

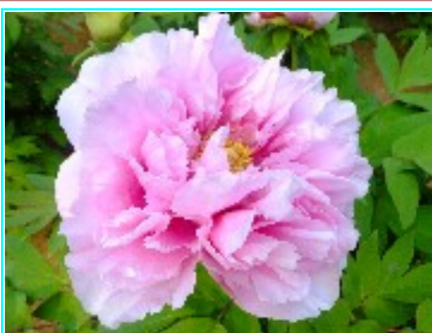
『井(せい)は、邑(ゆう)を改めて井(せい)を改めず。喪(うしな)うなく得(う)るなし。往来(おうらい)井を井とす。』これは、易経研究家・竹村亜希子氏の講座で学んだ『水風井』(易経の第四十八卦)ですが、私がいつも大切にしている言葉です。

人が賑やかに往き来しているからといってその場所に井戸を掘ったとしても、その井戸を守る者達が手入れをせずには井戸は涸れ往来も少なくなる。

しかし、往来の少なく賑わいから離れた処に掘った井戸であっても、管理する者がそれぞれ役割を決め、より深く掘り、内壁も、釣瓶も、手桶も、常に綺麗に清掃をして、誰もが飲めるようにしておけば、やがてその井戸には人が集まるようになり、井戸を中心として邑(村)が出来上がるものだと思います。

まさに、経営理念を貫いて「社会貢献」するとはこのような状態をいうのでしょうか。

また、いつしかその井戸の恩恵にあずかっていた人々が、一人一人に大切なその井戸を守るために動き出し、屋根を付れたり、しっかりした蓋を付れたり…、そこに井戸を掘った人の想いは、多く人々の語りぐさとなり永遠なものになることなのでしょう。



高貴、壮麗、富貴。
【花言葉】王者の風格、

練馬区春日町の『愛染院』の門をくぐると、今を盛りと直径20cmほどの大輪の牡丹が咲いていた。境内の広い牡丹畑には、白、赤、深紅、黄色と…色取りどりの牡丹が美しい。牡丹の原産地は中国西北部で、元々は消炎・止血・鎮痛などの薬用として利用されてきたようだ。さて、いつしか「花の王」として大輪の花が愛好されるようになり、一重・八重・千重、大輪・中輪があり、觀賞した後もいつまでも消えることがない。蕪村の『蕪村発句集』には、「ちりて後おもかげにたつぼたん哉」と見た後にもいつまでも儼然と消えないうのは私だけではなかったようだ。

ちよつと歳時記

《知的財産権が無効化される場合》

特許権、意匠権、商標権といった審査を経て確立された権利が無視されるケースが出てきている。このような知的財産権が無効化されるケースの典型は、取引先とのパワーバランスである。

本来、特許権、意匠権、商標権といった知的財産権は絶対的な権利であり、権利者以外の第三者の使用等は侵害として排除される。

しかし、発注元(例えばセットメーカ)が、下請け企業(例えば部品メーカ)が保有する特許権を無視して、他の下請け企業に転注したりするケースがある。この場合、発注元は、その立場を利用して、下請け企業が特許権を主張して来た場合には、発注を停止するなどの対応(脅し)が可能であり、結果として、下請け企業は特許権を保有していても、実質的にその特許権が無視される。

《知的財産権の無効化の原因》

本来、知的財産権の取得および保有は、競争優位性を担保して価格競争に巻き込まれないためのツールの1つであるが、それが取引先とのパワーバランスから無視される。

私見として、この原因の1つは、知的財産権自体が市場との関係とは無関係に成立している点にあると考える。すなわち、特許権は、経済的な価値とは無関係に、先行技術文献との対比による純粋技術的な判断で成立する。

そのため、特許権が存在し、形式的には独占排他権という絶対的な権利が与えられても、市場性との関係ではその存在が否定されてしまう。その最たる例が、知的財産権の無効化であろう。

《知的財産権の無効化に対する対応策》

知的財産権の無効化の原因が、市場との関係性の希薄にあるとすれば、これに対する対応策は、知的財産権に市場との関係性を持たせることになる。

知的財産権に市場との関係性を持たせることは、まさしく知的財産戦略とマーケティング戦略との融合である。すなわち、知的財産戦略とマーケティング戦略との相互補完、相乗効果、代替効果、相殺効果などである。

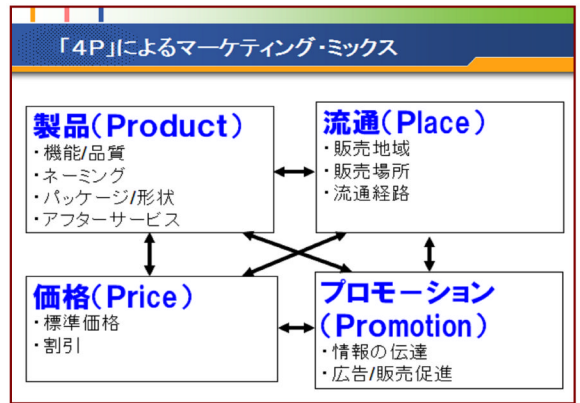
具体的には、STP、3C分析、5フォース(競争要因)、マーケティングミックスといったマーケティングの手法を知的財産戦略と絡めることで、知的財産権に新たな価値を付与することができる。

例えば、知的財産権を絡めたマーケティングミックスを行うことで、製品(知的財産権も含めた製品自体)、

知的財産権の無効化とその対策

弁理士 酒井俊之

価格、流通、プロモーションという4つのツールへの落とし込みができ、市場との関係で知的財産権に新たな価値が付与される。



マーケティングミックスにより、製品、価格、流通、プロモーションという4つのツールへの落とし込みがされた製品は、もはや競争優位性が担保され、価格競争に巻き込まれないためのパッケージ(知的財産権を含む)として機能することになる。

このように、知的財産権に新たな価値を付与し、知的財産権を市場との関係で機能させていく仕組み作りが今後ますます重要になってくるものと思われる。

その意味で、私のクライアントには、マーケティングや商品プロデュースを研究している大学とのマッチングを積極的に勧めている。具体的には、東北工業大学ライフデザイン学部経営コミュニケーション学科の佐藤飛鳥研究室と連携して、権利化されていない知的財産および権利化された知的財産権を市場との関係で機能させていく試みを行っている。

(関連記事 http://www.tohtech.ac.jp/news/2013/09/post_125.html)



◆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。

群馬県富岡市の旧官営富岡製糸場(片倉工業(株)富岡工場)が世界遺産に指定されるという。

絹の発祥は、中国の黄帝の王妃・西陵のころ、紀元前2460年に遡る。それが長安と欧州を7千kmシルクロードで結ぶようになり、日本には弥生時代に朝鮮半島を経て伝わってきた。

やがて、明治5年に近代国家の先駆けとして日本初の国営企業が設立され現代



気になる数字…… 1500m 一匹の蚕がつくる繭(まゆ)の糸の長さ

に至っています。家蚕(カサン)は、一生の間に約20gの桑の葉を食べ、卵から1万倍の体重に、体積で75倍の大きさに成長する。

1分間に60回のS字を描きながら(この動きを「シルク・ウエーブ」という)頭を振り、1秒間に5~10mmの早さで糸を吐き続け、約2昼夜で1300~1500m糸を吐き、約2gの真っ白な繭をつくる。

その内、80%はサナギの重さで、繭の層は20%ほど、生糸になるのは更に85%だという。

($2g \times 0.2 \times 0.85 = 0.34g$) 繭からできる絹糸の太さは、約1デニール(太さの単位で1グラムで9000メートル分の長さのこと)だとのこと。

日本の繭生産の約40%は群馬県で、生糸の生産量は25%を占め日本一の蚕糸県といわれるだけに、群馬県北部の市街地から少し離れると、桑畑や養蚕農家独特の建物があちこちに見られます。

(出典：富岡製糸工場博物館HP)

マンション購入時にチェックしたい修繕積立金

なるほど納得……不動産!!……No. 006

株式会社ありがとう・不動産

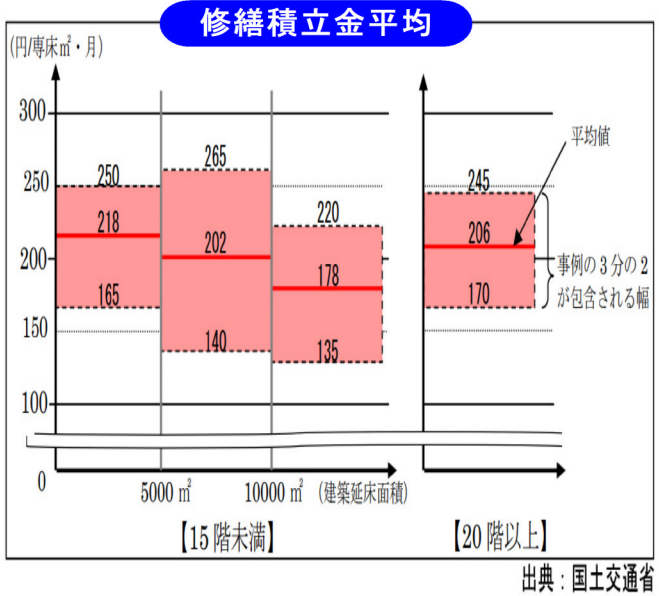
マンション購入時にチェックしていただきたい項目は色々ありますが、今回は、修繕積立金に絞って、どのようなことを知っておくべきかを3点ご紹介したいと思います。

最初は、修繕積立金と管理費の関係です。修繕積立金は、管理費とは別に管理され、管理費が不足しても修繕積立金が管理費として使われるべきではありません。その点が守られているか確認する必要があります。

2点目は、修繕積立金の積立方法です。大きく分けて2種類あります。ひとつは、『均等積立方式』といって、毎月同じ金額が徴収される方法です。もうひとつは、『段階増額積立方式』といって、修繕の必要性が高まる時期に何度か値上げをしつつ徴収される方法です。たとえば、新築時は毎月6千円だったものが、5年おきに月額3千円ずつ値上げして26年～30年目には月額2万1千円になるといったように、費用が必要な時期に多く積み立てるものです。この両者に、新築購入時の一時金として、ある程度まとまった金額が徴収される方式が併用される場合もあります。一般的には、修繕積立金の不足により修繕できないリスクが低い『均等積立方式』のほうが望ましいとされています。

最後に、修繕積立金は、いくら必要なのでしょうか。一般的には、住戸数の多い大規模マンションのほうが床面積あたりの費用が少なくなるとされています。いわゆるスケールメリットです。また、超高層マンションの場合は、特殊な足場が必要になったりするため、コストが割高になる傾向があります。それらを留意したうえで、目安となる金額を2つご紹介します。

目安のひとつは、国土交通省が策定する『マンションの修繕積立金に関するガイドライン』(<http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/mansei/tsumitate2304.pdf>)にある次の金額です。これは、実際の事例を集めてその平均を求めたものです。事例の3分の2が含まれる金額を目安にしようという考えです。もちろん、この数字を外れたら直ちに不適切と判断されるべきものではありません。



たとえば、8階建ての延べ床面積が6000㎡のマンションで、80㎡の部屋を検討しているとします。その場合、事例の3分の2が含まれるのは、㎡単価140円から265円なので、下限は140円×80=11,200円、上限は265円×80=21,200円になります。つまり、その物件の修繕積立金が11,200円より安い場合は、修繕積立金が将来的に不足することも考えられるので、注意が必要です。

目安のもうひとつは、東京都にある優良マンション登録表示制度からです。この制度は、一定の基準を満たしたマンションは優良であるという認定を与えるものです。その認定基準には修繕積立金も含まれています。その基準は、平均専有面積が55㎡以上の場合は6,000円以上、平均専有面積が55㎡未満の場合は5,700円以上となっています。

どちらも目安ですが、これらを参考に、修繕積立金が過度に少なく将来の大規模修繕に不安がないかを検討なさることをお勧めします。

気になる！コトバのあれこれ
区切り位置も含めて正しい読み方
 「NHK間違いやすい日本語ハンドブック」
 出版：「NHKアナウンス室 編・NHK出版」

正しくない日本語を使っているのは恥ずかしいので、自らの誤りを正そうと時々書籍で確認しています。間違いやすいことばが集められているこの本は、NHKアナウンス室が編集しただけあって、区切り位置も含めた読み方が解説されています。

たとえば「間髪を入れず」は「カンバツをいれず」と誤読しがちです。この本では次のように解説されています。

『読み方は、「カンバツをいれず」で、区切り位置は「カン・ハツをいれず」とカンの後に来ることばです。「物を二つ重ね合わせた間には、髪の毛一筋も入らない」つまり物事に少しのすき間もないという意味から、「すぐさま」「とっさに」という意味になりました。』

つまり、意味を知っていれば「カンバツ」と、ひとつの単語のように読まないというわけです。

本来の意味を理解して使っているかどうか、区切り位置でわかってしまうとは……。注意したいものです。



●目配り…気配り…心配り…植物との関わり

都市に住む者が小さな猫の額ほどの庭やプランターや鉢で、様々な方法で楽しむ園芸は、それを実践する人々が心身に受けている恩恵は大きく、経済的利益のそれとは異なるものの、都市づくりでも、家庭でも、事業所でも、『育てる!』という行為の大切な行動として捉えることができるのではないだろうか。

大自然の気象環境の中で、数百年、数千年にわたって成長を繰り返して続いていた植物を、人間は一つ一つの植物の都合など考えずに限られた環境の中に取り込み、その植物の生長を五感で受けとめ、『栽培する(育てる)』時間の経過の中で、長期間に亘って植物との対話をしながら、その植物の生命が絶えないように必要な対応を続けていかなければなりません。

人間が勝手に土から掘り起こし小さな鉢に植えて、色とりどりの花や部屋にイオンを放出してくれる緑の葉の恩恵を受けているのだから、それぞれの環境に合致した育て方を学んでおくことは、言うまでもないことです。

植物と関わる誰もが心がけるべきことは、自ら思い通りにならない植物たちが人間に与えてくれていることを正しく受けとめ、時間に対して忍耐強く待つことと、忍耐強く育てる作業を続けることなのです。

動物は、動き回ることができ、声や動作で人間に訴えることができますが、植物はそれができません。そのためには『目配り…気配り…心配り…』が、その一つ一つの植物に対して、その生息環境や特徴を研究して、適切な栽培方法を学ぶ必要があると思います。

もちろん、動物ほど明確なものではありませんが、植物にも辛さを訴える表現をしていることがあると気がつかないような鈍感さでは、日常生活や仕事の面にも、その人の人となりが出てくるものだと思います。自己中心の身勝手な人間像が見えてくるような気もしませんか？

リスク・カウンセラー奮闘記
120

●忘れてはいけない…植物から受ける恩恵

ひと言で植物といっても、樹木、草花、野菜、果物、シダやコケ類など、その分類も種類も無数に…というほどあります。

植物に触れる…という点では育て慈しむという喜びや感動を与えてくれ、生活する部屋や町並の景観が美しくなることでの癒やし効果の恩恵を受けています。

また、農業生産者には野菜や果実を生産することによる経済的利益と、新鮮な野菜の摂取による健康に関する恩恵は忘れてはならない。

精神的な面においては、豊かな緑や美しい花を見たときに感じる不安解消や緊張緩和などを助けてくれる生理的効用の恩恵も大きい。

仲間と共に、緑化運動に勤しむことは、作業のために身体を動かすことでのストレス解消や、仲間との連帯感や責任感など社会創成感のような意識の高揚も植物との関わりから受ける恩恵です。

もしも…町や家やオフィスに花や緑がなかったら…、四季折々の変化を視覚や香りや皮膚で感じとり癒されていることを感じない人はいないだろう。それに、植物栽培によって好奇心がわき、観察する力などの五感も磨かれているのです。

言い換えれば、人間としての存在意義を知ることができているという恩恵に気づいたなら、日々の水やりを通して植物に感謝の気持ちの「お世話をさせていただく…」ように意識を変えたいものです。



都営地下鉄・三田線の全180車両に当社の広告が掲載されています。掲示の場所は、優先席とドアの間の壁面で、お知り合いにも是非ご紹介下さい。カウンセリング・サロン『たまゆら』では、サロンにご登録のFPやカウンセラーの皆様を募集しています。新たなネットワーク作りによって、活躍の場を広げて下さい。

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。

◇発行者 株式会社 ホロニックス総研
 ◇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>
 【ホロニックス】

(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)