

21世紀経営クラブ

No.619 トップセールス -2010.7.21

国家経営にとってもっとも重要なのが外交と安全保障だという。国際社会の中であって、現在及び将来の国益を有利に向上させるために、いかなる決断をするべきかは最高の政治的判断やトップのリーダーシップを求められるからだろう。

その究極は戦争や同盟関係の締結で、戦端を開くか、和解するか、同盟を結ぶなら、どこと結ぶかなどは極めて高度な判断が必要となる。その判断如何によっては、国が消滅するか、繁栄するかが決まるのであるから、その重要性はいやがうえにも高まってくる。

明治維新以降、「富国強兵」を車の両輪として近代化を突き進んできた日本も日露戦争の勝利によりおごり高ぶり、冷静さを欠いた結果、太平洋戦争に敗北し、「強兵」のスローガンを下して、「富国」路線を突っ走ってきた。

外交と安全保障が基本である「強兵」路線をやめたということは、車の片輪だけで政治を行うに等しい。いま、政権交代により国家経営における本来の問題や矛盾点が表面化しているのは当然のことと言える。

では、会社経営における外交や安全保障とは何だろうかと考えてみた。

会社経営はヒト・モノ・カネの三要素、営業・開発・技術生産・購買・管理の5機能のバランスである。その中で、外交・安全保障は「強兵」路線を意味するので、強い会社づくりと言える。もっとシンプルに言えばトップセールスである。

トップが顧客を訪問して、トップ同士の情報交換を行い、営業ではつかめない情報を交換して分析し、しかるべき約束をすることである。セールスマンとして営業実績を上げることではない。あくまでも、外交面と安全保障面をかためるための機能である。トップが活発に顧客や関係者や社交界に出てゆき、人脈を広げる活動がトップセールスであり、外交・安全保障である。地上戦でも空中戦でも海上戦でも見えない本音や戦略や思いを収集することにある。

トップセールスで得た情報を経営の三要素、5機能の中で十分に落とし込み、各部門や機能は調査・分析した上で、しかるべきアクションプランを決定し、行動する必要がある。

この機能を持たない会社には将来性がない。

目加田博史