

『黒字社員への道』(http://ameblo.jp/cpa-kagawa/)



- 自分が分からない
- 仕事は「気分が乗ったもの」から取りかかる
- 会議で自ら発言することはほとんどない
- 根拠はないが、自分の会社は「潰れない」と思う
- ドンくさい新人は、辞めればいいと思う
- 自分の給与なら「会社にいくらの利益

が必要なのか」知らない
 □ 自社の「ビジネスモデル」を答えられない
 □ 会社の利益を上げる方法を10個言えない

右記のうち、5個以上該当する人は「残念ながら赤字社員です。本書をお読みください。」という導入にしています(それぞれの趣旨については本文で詳しく解説していますが、ここでチェックが入らないと誰も読んでくれないので、

あえてチェックが入りやすい表現にしています)。
 本書は入社3年目くらいの方を想定読者として書き上げたのですが、その想定読者にはなかなか手に取ってもらえず(苦笑)、一番反応があったのは実は経営者の方々でした。ありがたことに社員研修の教材として、多くの会社に「まとも買い」をしていただきました。その経営者の方々に、読後の社員の感想をお聞きしたところ、面白い傾向が判明しました。

68 会社の社員を黒字社員にするための、私のブログ活用法

香川会計事務所 公認会計士・税理士 香川晋平 ©2008-2011 z-design

はじめに

はじめに告白しておきますが、私は少し変わった会計人です。

普通の会計人は、会社の決算書を見て、「この会社は儲かっている(＝黒字会社)」、「この会社は厳しい状況にある(＝赤字会社)」とチェックしていると思いますが、私の興味の視点は、会社で働く社員です。

社員の何気ない会話や仕事ぶりを見て、会社の利益を増やす人(＝黒字社員)と、会社の利益を減らす人(＝赤字社員)を見抜く、そんな会計人です。

私は大手監査法人に7年間勤務したあと、30歳で当時急成長中だったリフォーム会社の株式会社オンテックスに入社しました。経理部門の責任者候補として採用を検討されていた私は、社長面接でこんな質問をされました。「ところで、君にこれだけ給与を払って、ウチはどれくらい儲かるのかな?」と。

恥ずかしながら、当時の私は、「会社の利益」については会計理論で詳しく解説できたものの、自分の仕事が「会社の利益」にどうつながっているのか? など考えたこともなく、この質問に、ただ「がんばります!」としか答えられませんでした。

この質問から、私の価値観は大きく変わり、それからの私は、「この会社では利益貢献を自ら証明しなければ評価されない」と感じて、自分がするどんな仕事も利益換算をするようになりました。

そうすると、周囲の仕事ぶりまで利益換算してしまいうようになり、いつしか何気ない会話のなかからも「赤字社員」と「黒字社員」を見抜くようになってしまいました。

その「赤字社員」と「黒字社員」の違いについてまとめたのが、私の処女作「東大卒でも赤字社員 中卒でも黒字社員」(リュウ・ブックスアステ新書2010年刊)です。

赤字社員と黒字社員の見分け方

「赤字社員」と「黒字社員」は、何気ない会話のなかからも見抜くことができます。

拙著「東大卒でも赤字社員 中卒でも黒字社員」では、左記の「赤字社員」、「黒字社員」チェックテストを掲載しました。

- 「かなり」や「少し」といった言葉をよく使う
- 「業界別・給料全比較」などの特集雑誌に目がない
- 「会計本」を読んだが、仕事への活か



■香川晋平 (かがわ・しんぺい)

大手監査法人を経て、リフォームの株式会社オンテックスに入社。「社員1人当たりデータ」の導入で、社員の生産性を向上。入社後90日で管理本部取締役役に就任。在任2年の累計利益は業種別No.1となる。その後5期連続50%超増収のベンチャー企業や従業員平均年収1000万円超の少数精鋭企業などの会計顧問や非常勤役員を務める。関西大学非常勤講師。著書に「東大卒でも赤字社員 中卒でも黒字社員」、「『できるつもり』が会社を潰す」。

■事務所HP

<http://www.kagawa-office.co.jp/>

■twitter

http://twitter.com/shukatsu_cpa

■facebook

<http://ja-jp.facebook.com/people/Shinpei-Kagawa/100001631820995>

経営者の評価が高い社員ほど、自分のチェックが入った箇所を気にして、「反省の弁」を述べる傾向があるのに対し、逆に経営者の評価が低い社員ほど、「こんな赤字社員いますよね」と、まるで他人事……。このような「できるつもり」の自称・黒字社員が、実は、会社にとっては一番迷惑な存在なのではないかと考え、新著『『できるつもり』が会社を潰す』（中公新書ラクレ2011年刊）を出版しました。前著と同じように、帯に『『できるつもり』度チェック』として、下記の項目を挙げています。

- 名刺交換した枚数を自慢する
- トイレで新人の悪口を言う
- つねに「できない理由」を探す
- 「契約命」で、強引にセールス
- 長時間労働を誇る

私のフェイスブック、ブログ活用法

こういった赤字社員や自称・黒字社員を「本当の黒字社員」に変えて、クライアント企業だけでなく、日本の中小企業を活性化させていくことを「私の使命」と考え、フェイスブックやブログで情報発信を続けています。

昨今、会計士の就職難が社会問題になるなど、「会計人余り」の時代に突入した感が否めませんが、このような時代のなか、「会計人」が自分ブランドを構築するために重要なのは、「自分の強み」と「キャラクター」の確立ではないかと私は考えています。

「自分の強み」は、「会計人」である以上、税務や会計が得意なのは当たり前なので、もっと深く掘り下げて、「○○に強い会計人」という、「○○」の部分を見つけることが重要です。そして、その「○○」の部分に「強み」であることを立証するために、ブログなどで自分のコンテンツを出していくことが、自分ブラン

下の構築につながると考えています。

私のブログタイトルは、「黒字社員への道」。私自身の出版や講演活動の紹介をさせていただいたり、趣味の読書を活かして、「黒字社員におすすめの本」を紹介したりしています。

自分ブランド構築に必要な、もうひとつの要素である「キャラクター」については、フェイスブックでプライベートな部分も垣間見せられるように心がけています。

アナログも、まだまだ必要

一方で、私の事務所のクライアントの状況を見ていると、ブログやフェイスブックに関心を持っていただけない方も多く、まだまだ紙媒体も必要と考えています。当事務所では、毎月クライアントや見込客、他士業に対して「ニュースレター」を発行しています。

A4表裏2枚(4ページ)で、以下のような4部構成になっています。

①香川晋平の近況報告

フェイスブックで投稿した記事から、自分のキャラクターを出せて、なおかつ、ネタになりそうなトピックを選んで、1000字程度にまとめています。

②スタッフ(税理士)によるワンポイントレッスン

スタッフ税理士が税務の旬なトピックを選んで解説しています。

③おすすめ書籍

毎月テーマを決めて、過去にブログで紹介したものから、2冊を選んで紹介しています。

④お客様紹介

毎月クライアントの1社を訪問し、そ

の会社の紹介記事とクライアントから当事務所へのメッセージを頂き、それを「お客様の声」として活用させていただいています。

実はこの「ニュースレター」が、当事務所の最大の集客ツールとなっており、これからもアナログな「ニュースレター」を継続するとともに、ブログやフェイスブックでの情報発信も充実させていきたいと考えています。

私の事務所では、父の代から「明日の経営をともに考える」を経営理念として掲げており、「お金」や「数字」だけを見るのではなくて、お客様の将来の経営までを「一緒に考える」というスタンスを大切にしています。

経営は、やっぱりそこで働く「人」しだい。社員の意識が黒字社員化すれば、会社は必ずよくなるはず。当事務所のクライアント社員の黒字社員化はもろんのこと、全国の社員を総黒字社員化できるように、今後も出版やブログなどで情報発信をしていきたいと考えています。