

新版・社員読本 1

4c 日本経営協会編

ビジネスマンの 基礎知識

日本経営出版会



新版・社員読本①

ビジネスマンの基礎知識

1963年1月31日 '63年度・初版発行
1968年10月30日 '69年度版発行
1969年10月30日 '70年度・全書改訂版発行
1977年12月10日 '78年度版発行
1978年10月20日 '79年度・新版発行
1979年10月20日 '80年度版発行

<検印廃止>

編 著 社団法人日本経営協会

発行者 榑 原 良 雄

発 行 所 株式 日本 経営 出版 会

東京都渋谷区千駄ヶ谷4-1-13

郵便番号151 振替・東京5-48585

TEL (403) 8611-編集代表

(403) 8661-営業代表

乱丁・落丁本はお取替えいたします。。(日本製版/ニッセイバインメリー)

© 1979

0034-10535-5822

もくじ

第1章 企業経営とビジネスマン……………9

1 ゲメインシャフトとゲゼルシャフト 10

2 経済のしくみと企業 13

3 企業は利潤を追求するもの 16

4 企業の社会的責任とは何か 19

5 君は何のために働くのか 21

第2章 組織は企業の動脈……………23

1 会社組織のしくみ 24

2 組織は仕事のためにある 28

3 図には示されぬ組織もある 32

4 問題解決のためのチームもつくる 34

第3章

ビジネスマンの行動指針………

47

- 5 組織は指揮で動き、コントロールされる 36
- 6 情報なしに組織は動かぬ 40
- 7 チームワークで仕事はすむ 44
- 1 ビジネスマンの行動指針……… 47
- 1 毎日が試験だ 48
- 2 親方日の丸は昔の夢 50
- 3 あなたの行動が原価を左右する 52
- 4 経費のムダ使いは損失と知るべし 54
- 5 社用族、このいやらしきもの 58
- 6 規律は最低の良識と思え 60
- 7 説得なくしてビジネスなし 62
- 8 自ら苦勞を買ってみよ 66
- 9 仕事を相手に競争しよう 70
- 10 リーダーシップは自ら求めよ 74

第4章

効果的な仕事のすすめ方………

83

- | | | |
|----|-------------------|-----|
| 11 | オレがオレがで、会社をつぶすな | 76 |
| 12 | 壁に耳あり、障子に目あり | 79 |
| 13 | サラリーマンからプロビジネスマンへ | 81 |
| 1 | 仕事はプラン・ドゥ・シーですすむ | 84 |
| 2 | 仕事の流れをつかもう | 88 |
| 3 | 自分の仕事の役割をつかもう | 91 |
| 4 | 「能率とは何か」を考えよう | 94 |
| 5 | 事務を経営に貢献させよう | 98 |
| 6 | 段取りの良否が生産性をきめる | 102 |
| 7 | 職場での「モノ探し」は罪悪なり | 104 |
| 8 | 職場環境に気をつけ合おう | 106 |
| 9 | 忙しくとも仕事に責任を持とう | 108 |

第5章

オフィスで欲しい心がけ………

111

- 1 応対・身だしなみの心得 112

- 2 会話と敬語の心得 116

ビジネス会話はここがポイント／話の聞き方ここがポイント／敬語はバカにできぬ

- 3 ビジネス電話の心得 125

安い電話・高い電話／電話のかけ方、受け方の心得

- 4 命令・報告の心得 135

- 5 会議に出席する心得 143

会議の目的／会議に出席する心構え／会議の場をいかせ

- 6 出社・退社時の心がけ 147

- 7 出所進退を明確にせよ 149

■さらわれる人の30の欠点 152

■好ましく思われる人の30の長所 153

第6章 情報としてのビジネス文書の作成要領……………155

1 情報手段としての文書の価値を知れ 156

2 行動の生感を文書でつかめ 164

3 文書でコミュニケーションするポイント 166

4 ビジネス文章五つの原則 171

短文集積・結論優先／箇条書を励行しよう／主語を行方不明にするな／数字と記号は正確に表わせ／文体に関心を持とう

5 ビジネス文章の上達法 185

ビジネス名文五つのポイント／ビジネス・レターの定石

6 ビジネス文書の分類と整理法 192

第7章 ビジネスマンの自己啓発……………203

1 能力は仕事についてまわる 204

2 生活のなかから創造しよう 208

3 時間に挑戦しよう 211

4 職位や資格にこだわるな 215

5 プロなら腕前をみがこう 218

6 知力、体力、友人に投資しよう 221

改訂版の刊行にあたって

学窓を出て社会人となり、企業人として活躍しようとするあなたの前途には、自由で、大きな希望があると思います。

しかし、現在における日本経済は、高度成長から低成長へと激しくゆれ動いております。

また、内外の経営環境も、ますます厳しさを加えております。こうした中で、いま企業では懸命になって浮上作戦を講じておりますが、とくにこれからは、あなたの手を、頭脳を、そして創造力を期待し、一日も早く活力を発揮することを望んでおります。

一方ビジネスのあり方も、考え方も、日増しに進歩し、さらに厳しさを加えつつあります。

このような観点から、永年「新・社員読本」として親しまれてきた本書の内容を、新しい時代に適応するよう、大幅に改訂する必要に迫られました。

これからのビジネスマンは、ビジネスマンとして成長することが同時に人間として成長することにつながっております。そのために必要なことは、自己啓発と同時に自己コントロールを可能にするということだと思います。それこそ最後の勝利者となることでしょう。

そうした意味で本書は、フレッシュマンとして第一歩を踏み出す人はもちろん、すでに中堅的ビジネスマンとして企業内で活躍している人が、壁に突き当たったような場合でも、本書を友とすることにより、多くの示唆が得られるものと思います。

どうぞ本書を友として、力強く成長されることを念願してやみません。

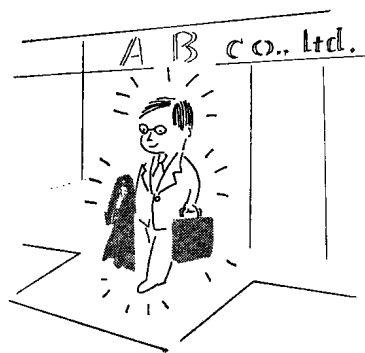
なお、本書の改訂に当っては、本協会竹内正治理事長が、自らペンをとり、これに当たったことを付記し、感謝いたします。

昭和五十三年十月

社団法人 日本経営協会

第1章

企業経営とビジネスマン



1 ゲマインシャフトとゲゼルシャフト

社会の原義は「結合する」という意味から由来しており、人と人との結合が社会の始まりであると言われている。

人間は社会的動物であるといわれているように、つねに对人的行為を通じて生活をし、この社会的関連なしには生きていけないとされているからである。

このように、人と人との結合したり逆に分離したりすることが社会関係となるが、このような社会関係は、多くの場合は集団を場として生まれる。

ふつう人間は、社会集団に所属することなしに生活欲求をみたすことができない。そのために、人間は何らかの社会集団の構成員として生活を行うことになる。この場合、個人としての人間の行動は、各集団のもつ社会的行動様式、たとえば慣習、伝統、規範などによって拘束される。社会における個人とは、いわばこのような行動様式のなかから習慣やパーソナリティを

第1章 企業経営とビジネスマン

形成してゆく。

もちろん、現実には成員個々人によって集団は支えられているので、個人は集団の課する行動様式に盲目的に適應するのではなく、拘束されながらそれを改めてきたのが人間の歴史である。したがって、個人は社会によって形成され、逆に個人が社会に対してつねに働きかけをしていることになる。これが人間と社会との基本的なかわり合いというものである。

ところで、人間が属する社会集団の基本類型については、ドイツの社会学者テnnニース（一八五九年～一九三六年）が確立した「ゲマインシャフト」と「ゲゼルシャフト」の二つの概念がある。

テnnニースによれば、ゲマインシャフトとは自然発生的な意思によって結合された社会集団であるとしている。それは成員相互の愛や共感にもとづいた緊密で持続的な社会で、家庭を典型として地縁による村落やマチなどがその代表的な形態であるとしている。日本ではこれを共同社会と訳している。

一方ゲゼルシャフトとは、利益社会あるいは集合社会などと訳されている。その基本は、目的や作為による選択意思にもとづいて形成された社会集団であって、いわば特定の目的のために人間が理智的に提携したり、交換的契約にもとづいて結びつくものである。企業集団や近代

都市や近代国家などがその代表的な形態であるとされている。

同じように、アメリカの社会学者マッキーヴァーは「コミュニティ」と「アソシエーション」とに分けている。コミュニティとは人間の共同生活の諸領域をいい、日本では共同社会とか地域社会と訳されている。これに対して、アソシエーションとは、共通の利益ないし諸利益を追求する目的結合体としての社会で、組織社会と訳されているが、いずれもその概念のうえでは大差がない。

とにかく企業集団がゲメインシャフトではなくゲゼルシャフトであり、アソシエーションの一種であるとすれば、君の所属する会社は自然発生的な集団ではなく、目的をもって成り立つ社会であり、経営活動を通じて利潤を追求する組織集団であると認識できよう。

このことは、しっかりと認識しておいたほうがよい。なぜなら会社という社会集団に入る君は、契約によってその成員となり、目的追求の組織集団の一員となるのだ。そして、このことが君と会社の存在理由の基本であることを忘れてはならないからである。

2 経済のしくみと企業

ところで、人間社会が欲望を満たしながら生きていくためには、直接、間接を問わず、自然に働きかけて、人間の生活に必要な「財」の生産が始まるわけだ、そして人間がこれを消費したり売買したり、また交換したりする経済活動が生まれるのである。

「貨幣」は、こうした過程で、価値比較の共通手段の表現として生まれたものであるが、いずれにしろ「財」を生産したり流通させたりするときは、計画的であり、かつ合理的に行わなければならないことは当然のことである。そこに経済が生まれたといえる。今日の経済は、交換と分業が高度に発達した流通経済であるが、それだけに一定の経済秩序を保ちながら、相互に関連させつつ、全体としての社会経済を形成していくことが必要である。

ところで経済の諸活動は、無数のある単位——たとえば家庭・商店・工場・会社・国家などの個別経済に分かれている。さらにこれを大きく分けると生産的個別経済、商業的個別経済、

消費的個別經濟に分けられる。

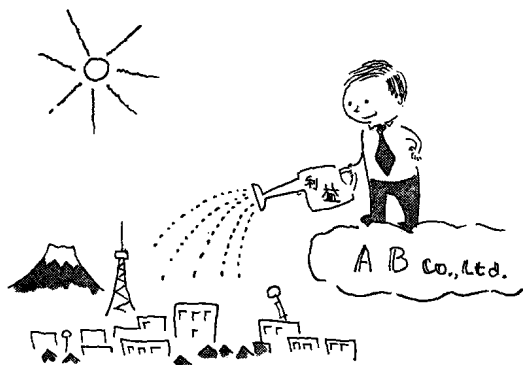
このうち生産的個別經濟と商業的個別經濟というのが、いわゆる資本を投下してこれに人的要素と物的要素を結合させて、生産や販売、あるいはサービスを主体とする事業体であつて、普通これを企業というのである。たとえば、製鉄、鋳業、石油などの基礎的なものから、その二次加工を行うものが、生産的個別經濟であり、商店、商社とか銀行、証券会社などは、商業的個別經濟である。

また消費的個別經濟というのは、国家または地方自治体の財政とか、個々の家庭經濟がそれである。

生産的ないし商業的個別經濟と、消費的個別經濟（財政）との大きなちがいは、いうなれば前者は「入るを計つて出づるを制する」であり、後者は「出づるを計つて入るを制する」ということである。

すなわち、前者は一定の収入に適合するように、支出のバランスをとるため、できるだけ節約して、しかもこれを継続的に遂行することであり、もっぱら生産や販売を目的として営まれる事業体であるから、むしろ収入がその目的であつて、支出はその収入を得るための手段ではない。

第1章 企業経営とビジネスマン



利益を社会に還元する

つまり支出を制限したり節約するよりも、より多くの収入をあげることが建前である。

その目的とするところは、よりよい物やサービスを、より安く提供して、より多くの利潤をあげ、そこに所属して働いている人たちを幸福にすると同時に、出資者である株主に対して配当を行い、納税を確保して、その得た利益を社会に還元することにあることができる。

そしてこれらの利益増殖のセンターというべきものの実体が、「経営」というものだ。

したがって経営というものは、企業活動の活動体であって、それは眠っているものではなく「生きた働き」を続けなければならないことになるのわけである。