

## スリッパの法則

## ～プロの投資家が教える「伸びる会社・ダメな会社」の見分け方～

藤野 英人 レオス・キャピタルワークス(株) 代表取締役社長

「細部に神が宿る」とはよく言ったもので、企業活動においてほんの些細なところでその企業の本質的なところが見えたりします。もちろん、細かいところをあげつらって全体を断定的に判断するなんてことは愚の骨頂です。しかし、結局、企業活動はひとりひとりの全従業員の行動の積み重ねであるということを考えると、細かいところに隠れたメッセージに注意を払うということはとても大事です。

今回の講演では、「スリッパの法則」という延べ4000人近い経営者との対談を通じて「発見」した法則について述べると同時に、「葉書アンケート」という企業アンケートを通じたデータに基づき「発見」したことを述べる予定です。

以下、スリッパの法則の抜粋です。

- 1) 創業者の魅力にだまされるな
- 2) 自分の過去の苦労話にインタビューの大半をさく社長の将来性は乏しい
- 3) 平凡な社長は総論を話し、優秀な社長は各論も話す
- 4) 相手の肩書きによって態度を変える経営者は信用できない
- 5) 大成功している経営者は例外なく細かい
- 6) 社長室の豪華さとその会社の成長性は反比例する
- 7) 優秀な番頭のいる会社はリスクが少ない
- 8) ホームページで社長の顔写真が載っていない会社への投資は注意をした方がよい
- 9) 社内でスリッパに履き替える会社に投資をすると、不思議と儲からない
- 10) 豪華な新社屋を建てたときは、業績のピークか株価のピーク、又はその両方である
- 11) 会議室の時計が5分以上狂っている会社に投資をすべきではない

これらは拙著「スリッパの法則」(PHP文庫)の67ある法則の中の抜粋です。重要なことはこれらひとつが当てはまっているだけでその会社が良いとか悪いとか判断することはできないけれども、複数個あてはまってくると、比例して良いないし悪い会社であるという必然性が強くなるということです。

冒頭にお話をした「細部に神が宿る」という例えのように、企業のほんの些細な断面にその会社の本質が現れていることはよくあります。

重要なのはその背景にある「本質」が重要であるということです。顧客のため、従業員のため、株主のため、仕入れ先のために、という企業のすべての利害関係人(ステークホルダー)のために何をするのかということが重要で、それらに対する誠実さがあるのか、ないのかということが重要です。たとえ、この67の法則を表面上クリアしても、企業経営者自らが真摯な経営をしなければ、その会社は良い会社になることは難しいように思います。