
業界の常識に捕らわれないこと。先日、会計事務所向けのセミナーのため東京に行ってきました。内容は 土業のマーケティング・営業の成功事例と IT 系営業の専門家による講演、そしてメインは 日本より先行していると言われてアメリカの会計事務所のインターネットを活用した（クラウドと呼ばれる）仕事の事例紹介でした。参加した多くの方は、今後日本でも起こりうる、経理、会計、税務、経営管理など変化に対して不安と期待を抱いたものでした。「クラウド化の波にどう対応するのか」これが課題のようです。そして、事務所に戻りセミナーの報告をした後、気づきました。「当たり前なことじゃないか、特に心配する必要も無い」と。会計事務所でも無くともデジタル（ホームページやメール・フェイスブックなど）の営業ツールを併用するのは普通です。（会計事務所でも積極的にやっているところは少ない）。福岡でやっているところを知りませんが、日経 MJ 流通新聞を見ていると、東京などでは流通小売業がスマートフォンを集客などに活用している記事はよく紹介されています。スマホやタブレットパソコンが仕事でも活用される割合は減ることは無いでしょう。よく考えると、事務所内のスケジュール管理に「グーグルカレンダー」を使っていますが、これはクラウドですし、多くのスマホのアプリはクラウドで動いています。サービスにわざわざクラウド対応など言いません。会計業界だけが「クラウド対応」とか「クラウド会計」と騒いでいます。会計業界は極めて保守的で仕事のやり方やツールを変えたがら無いので、変化を促すための理由の一つで、もう一つは 会計事務所を相手に商売をしている大手ハードやソフトの会社は先行する完全クラウドの先行企業の動向みながら、広告でクラウド対応（部分限定的ですが）とうたい 顧客の囲い込みを強め、時間稼ぎをしています。そして、流れがハッキリすれば本格的に参入するつもりです。なぜなら今急ぐと既存の商品サービスから稼げる利益が少なくなるためです。これはマイクロソフト社がオフィス（ワード、エクセル等）を将来無料化すると発表しているのと同様です。今回、長々と会計業界の様子を紹介したのは、自分の業界だけを見ていると判断が遅くなったり、誤った決断を下す可能性があることと知って欲しかったからです。先のセミナー会場の最寄り駅前で「記帳代行（給与計算もお受けします）」と印刷されたティッシュが配られていました。税理士でも公認会計士でもない会社だそうです。このようにライバルは既存の業界の外にもいるのです。業界外の成功事例をなんとか応用変化させ活用すること、失敗事例を自分の会社の危険性のチェックとして検討すること。視野が広くなれば良い経営がやり安くなります。

以前紹介した『経営戦略全史』の姉妹編として、『ビジネスモデル全史』三谷広治著（ダイヤモンド・ビジネス）刊 税込 3024 円 が発売されています。最近では歴史的視点から学ぶのが流行っているのでしょうか？
『全史×成功事例で読む「マーケティング」大全』かんき出版 税込 3456 円 や
『古代から現代まで2時間で学ぶ戦略の教室』鈴木博毅著 ダイヤモンド社 税込 1728 円 などあります。