

投資をしないと成長しない！ 一流のプロスポーツ選手は、平均的な選手よりもよくトレーニングを行うそうです。質、量ともに厳しい鍛錬により力を付けた体験とその習慣からだろうと思われれます。二流以下の選手の中には、プロになることが第一の目標であり、なった以上なるべく長く現役を続けたいと考える人も多いでしょう。運営チームは、故障者を沢山だと損ですので、無茶なトレーニングは行わせないでしょう。一般の人が見て、「さすがプロの練習は違うな」と思うくらいは、選手にとっては当たり前（現状維持）のものかもしれません。他の選手と同じではとても頭角を現せないものです。

事業経営においても、始めた当所は小さいはずですから、周辺の同業他社と同じことを行なって大きくなれません。取扱商品やサービスに特に違いが無ければ、知名度の低さからしても営業はかなり不利です。ライバル以下の営業活動では話になりません。ところで、マーケティングである程度の集客数や売上が生み出せると言われます。例えば、ある媒体で広告宣伝を行えば、反応率は幾らで、結果〇〇万円の売上が増えるなどです。確かに販売費用を使えば、それに比例して売上が増えるはずですが、それは過去に実績があってからのものです。新参者が販売ツール等を扱う業者の言葉を鵜呑みにしては失敗も多いでしょう。簡単に無駄な資金は使いたくないものです。最初は、なるべくお金のかからない方法で知恵を使って営業すべきです。お金を使って一定の売上を作る（売上を買うと言ってもよい）は、前にあげたプロ選手の通常のトレーニングのようなものです。知恵を使い工夫し大切にお金を使うのがレベルをあげるトレーニングとなります。これを **投資** と定義しましょう。他の同業者も行うであろう楽なお金の使い方では差がつかないし、当然、規模の大きい会社が有利になります。

皆様の中にマネジメントゲームをされた方もいるでしょう。数名で行う経営シミュレーションのゲームです。それぞれが経営者の立場で同じ資金から始めた会社の数期の取引を行い損益の優劣を体験するものです。機会があったら是非体験して下さい。お勧めです。このゲームは、最初大抵利益が出せません。経理や職業会計人は特にそうです。赤字を出さないように慎重に（ローリスク・ローリターン戦略）ゲームを進めるとだめです。このゲームでは、「戦略費」と呼ばれる設備投資や試験研究費の配点が高くなっていて、これを上手に使うと勝てるようになっています。現実の会社でも研究開発費等を多く使う企業は成長が大きいと言われていています。販売業でも新規新市場開拓のための支出を使えるところが強い。これらの特別の費用は、現状維持や上乗せのための費用でなく、将来に向けた（先行）**投資**の性質の費用です。将来の成長のために 現在の利益の一部を当てるのです。だから、儲かったら出そうではなく、利益が少ないなら他の経費を削っても一定の予算を設け継続して支出を続ける必要があります。この**投資**を意識している会社は成長が大きいことでしょう。

ところで、中小零細企業では経営者が最大の資源といえます。社長次第で会社の発展が変わってきます。だからこそ、経営者が一番お金や時間を使って経営能力を高める努力をするべきです。ゴルフや飲みごとを減らしても、自分に投資するのが正解です。社員を勤務時間を超える研修など行かせると残業代を負担する必要がありますし、優秀なら将来独立するかもしれません。ただし、社長は視察研修マニアや教材収集マニアになってはいけません。経営で実践しないと投資の効果はありません。