

経営相談をしている企業と していない企業では増益傾向が約2倍 DATA

今回は、中小企業庁が作成した「中小企業白書 2012年版」より「経営相談有無別の直近 5年間の利益の傾向」を紹介します。

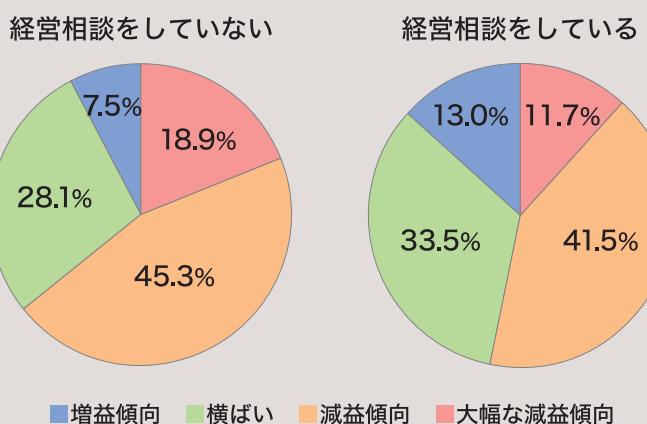
本調査は、中小企業の動向に関する年次報告についてまとめられた白書から、顧問税理士や会計士に「経営相談を行った企業」と「行わなかった企業」について、経営相談後に売り上げがどう変化したかをアンケートしました。

結果は「経営相談をしている」企業のうち13.0%が「増益傾向にある」と回答した一方、「していない」と答えた企業は7.5%と、その差は約2倍となりました。

現状、定期的な経営相談をしている中小企業は限られていることを鑑み、「従業員規模の小さい企業は、今後の安定した事業継続のためにも社内外の関係者等との定期的な経営相談により、的確な助言を受けることが望ましい」と中小企業庁はコメントを寄せています。

税理士や会計士が行う「経営計画」や「決算診断」が企業経営に与える有用性について、再考してみるのも良いかもしれません。

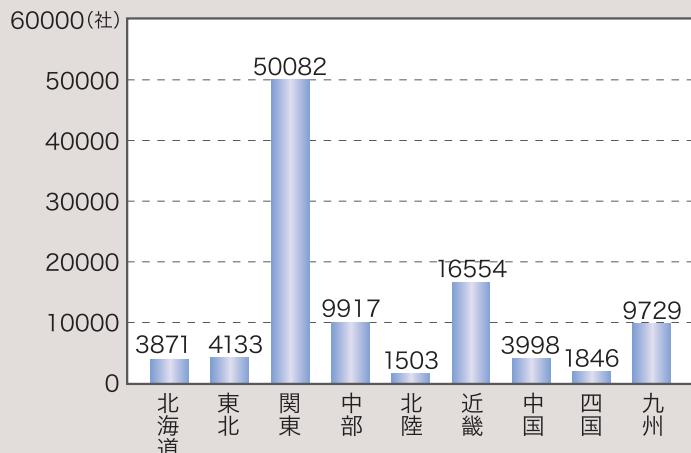
■経営相談有無別の直近5年間の利益の傾向



2011年新設法人数は前年比2%増! 東北では9%の増加!!

NUMBER

■2011年地区別新設法人



今回は東京商工リサーチによる、2011年「全国新設法人動向」調査の一部をご紹介します。昨年2011年(1~12月)に全国で新しく設立された法人は、10万1,633社。前年の9万9,656社と比べて2.0%増加しました。6月以降は10月を除いて月次ベースで前年水準を上回りました。

グラフは新設法人数を地区別で示しています。前年比の増加率トップは東北でした。3,787→4,133社と9.1%増。震災からの復興需要や、支援に関する非営利団体の設立が、法人設立数アップをもたらしました。

増加率が高い順に挙げると、九州6.6%増(9,126→9,729社)、北陸5.3%増(1,427→1,503社)、中部5.3%増(9,414→9,917社)、中国3.3%増(3,869→3,998社)、近畿2.9%増(1万6,086→1万6,554社)。一方、減少は四国2.1%減(1,885→1,846社)、北海道2.0%減(3,951→3,871社)、関東0.1%減(5万111→5万82社)の3地区でした。

新設法人を業種別で見ると、前年比で増加した主な業種は以下の通りです。

- 医療・福祉事業…10.9%増(5,992→6,645社)
- 情報サービス・制作業…9.2%増(7,447→8,130社)
- 建設業…4.7%増(9,625→1万81社)
- 飲食業…3.2%増(6,221→6,422社)
- 飲食料品卸売業…51.0%増(715→1,080社)

銀行は決算書のどこを見るの？

Q&A

Q:融資の際、銀行は企業の決算書のどの項目に注目しているのでしょうか？

A:銀行は「お金を返せるかどうか」を見ます。

かつて銀行が融資をするにあたっては、価値の高い担保を用意できるかが重要でした。しかし、今は完全に担保主義からキャッシュ・フロー主義へと変わっています。有利子負債を返済できるキャッシュ・フローのほうが大切とされているのです。

貸借対照表の項目では、下記について銀行は注意して見るといわれています。

- 純資産(自己資本)の金額と比率
- 流動資産・当座資産と流動負債のバランス
- 固定資産と固定負債・自己資本とのバランス
- 有利子負債を何年で返済できるか(営業損益+減価償却の額で5年以内)
- 資産計上されているもので不良資産がないか
- 土地・有価証券などで、含み損失が大きくなっているものはないか
- 前期の決算書と比較して、大きく増減している科目はないか。ある場合はその理由

また、損益計算書では下記を重視すると言われています。

- 前期の決算書と比較して、売上高の増減はどうか。増減の原因はどこにあるか
- 前期と比較して「営業利益」「経常利益」「売上高総利益率」「売上高営業利益率」「売上高経常利益率」の増減とその要因
- 販売費・一般管理費、製造原価等のコストのアップダウン状況はどうか。
コスト削減の努力が見られるか

健康的な経営を行うためにも、銀行から融資を引き出すためにも、経営者は決算書の中身についてしっかりと把握しておく必要があるでしょう。

勤務後の研修は労働時間？

Q & A

Q：勤務後の研修は労働時間ですか？

A：業務命令としての実態がなければ自主研修です。

勤務時間後に行われる社員による自主研修。果たしてこれは労働時間に含まれるのでしょか。

「自主」研修というだけあって、勤務終了後に社員が自由参加で行っているのであれば、賃金は発生しません。しかし、名目上だけではなく、実態レベルで会社から命令されていないことが必要です。

- 運営は従業員のみで行われていること(管理職が参加してはいけない)
- 不参加によることで、勤務評価に一切の減点が行われないこと
- 参加しなくてはいけないような雰囲気が一切ないこと

これらを「完璧に」満たさない限り、その研修は業務時間。賃金を支払う必要が生じます。業務を覚える、勉強するなど、社員が熱心に行うのは素晴らしいことですが、それらの研修が実際どのように行われているのか、企業はしっかりと把握することが大切です。

企業が生き残る武器は「決算書」にあり

HINT

現在の企業経営において決算書の役割はますます大きくなっています。かつては不動産などの担保があれば銀行は融資してくれましたが、バブルがとっくの昔に崩壊した現在は、決算書の中身が銀行の審査基準となっているのです。

また、決算書は文字通り「企業の健康診断書」。問題がどこにあるのかをまず把握しなくては対処のしようがありません。

成功している企業の経営者の半数以上が週に1回以上決算書をチェック

黒字経営を達成している新設企業の経営者が、決算書などの経営指標を確認する頻度について取りまとめたアンケートがあります。そちらの数字では、84%の経営者が月に1回以上、確認していると答えています(ドリームゲートプロジェクト調べ)。そのうち59%が週に1回以上経営指標をチェックしているそうです。

一方、赤字体質の企業の経営者の数値は月に1回以上は75%、週に1回以上は40%と大きさが開いています。

売上を伸ばし、健全な企業経営を継続させていく経営者は、しっかりと自社の数値を把握し問題に対処しているといえそうです。

自社の会計を理解せずに企業経営を実践するのは、高速道路を目隠ししたまま100キロ以上で突っ走るようなもの。これからの経営者は、決算書の数字を指差し確認しながら慎重に企業経営を行うことが求められているのです。

意欲的な社員には経営陣に直談判の特権を与える!

SYSTEM

このコーナーでは、企業のユニークな制度や取り組みを紹介します。
今回は「直談判制度」を紹介します。

ヤル気があり能力もある。新しいアイデアやユニークな発想力も持っている。そんな才能を持っているにも、企業内でその能力を活かすのは至難の業。稟議を通して他部署に根回しをして、上司や先輩のご機嫌をうかがってタイミングを見計らってようやく会議に提出。それでもたまたまご機嫌の悪かった上司の「まだ早い」の一言でボツってしまって……なんてこと、まさか日本企業にあるとは思えませんが、せっかくのアイデアや発想も決裁権のある人間まで届かなければ採用されるのも難しいものです。そんな弊害を解決するため、ある企業では「経営陣への直談判制度」が採用されています。

即断即決で最良のアイデアを採用

現場から経営陣まで、書類に押さなければならないハンコの数が多ければ多いほど、決裁に時間がかかり、市場にサービスを投入する時期がどんどん遅くなってしまいます。

そんな悪弊を解決するために考え出されたのが先述の「直談判制度」です。

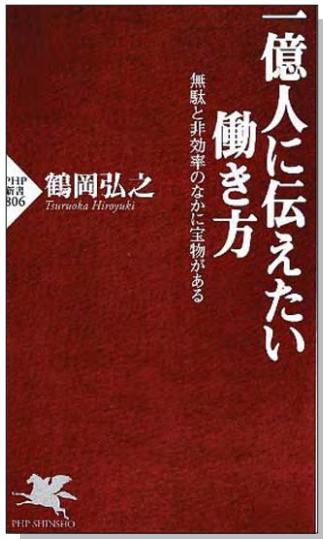
これは、社内であらかじめ成果を出した意欲的な社員に与えられるひとつの特権。現場と経営陣の間に存在する中間管理職をひとつ飛びして、実際に決裁を行う経営陣に直接、自らのアイデアをプレゼンできるというもの。

もちろん、そのためには経営陣に見せられるだけの企画書やプレゼンテーションを行えるようしっかりとした準備も必要ですが、即断即決で提案できるというのは社員にとって大きなモチベーションとなっているようです。

無駄な会議やハンコを抑え、時間短縮ができるこの制度、一度検討してみてはいかがでしょうか。

一億人に伝えたい働き方 無駄と非効率のなかに宝物がある

BOOK REVIEW



『一億人に伝えたい働き方
無駄と非効率のなかに宝物がある』
鶴岡弘之 著
PHP新書
定価 777円(税別)

★こんな方におすすめ

- 売上を伸ばしたい経営者
- 顧客目線とは何かを学びたい管理職
- お客様へのサービス提供に悩む社会人

「顧客目線」「プロダクトアウト」「マーケットイン」……。マーケティングに関するさまざまな言葉が世の中に氾濫しています。一つひとつの理屈はなんとなくわかつても、それらを実際の作業に落としこむのは難しいもの。お客様のために行うサービスとは何を指すのでしょうか。

本書では、「ムダだ」「非効率的だ」とこれまで後ろ指を指されてきたようなサービスを愚直に貫き通すことによって売上を上げてきた企業の実例をまとめた一冊です。

例えば、栃木県でチェーン展開を行う「サトーカメラ」。コジマ電気、ヤマダ電機、ケーズデンキ、ヨドバシカメラなどの大型店舗がひしめき合う超激戦区でありながら、サトーカメラの栃木県カメラ販売シェアは14年連続第1位。その秘密がどこにあるのかを解き明かします。

お客様が企業に求めているのは何か。お客様が店舗に期待しているのは何か。
その答えがこの1冊に詰まっています。

「酒席のマナー」

「菊正宗」が運営するお酒の席のマナーサイト

<http://www.kikumasamune.co.jp/shuseki/>

日本が生んだ世界の銘酒「菊正宗」が運営する、酒席の際のマナーサイトです。

銚子はどう扱えばいいのか、注ぎ方の基本、残りの確認の仕方、杯の持ち方や飲み方といった、日本酒にまつわるあらゆるマナーを紹介しています。

また、お猪口や盃、お銚子をどう扱ったら美しく見えるのかなど、マナー以外も触れられています。

社会人デビューした若手社員はもちろん、大ベテランの重役連も、今一度、お酒の飲み方を復習してみるのはいかが？

The screenshot shows the homepage of the 'Sake Party Manners' website. At the top, there is a banner with the title '酒席のマナー' (Sake Party Manners) and a small illustration of a sake bottle. To the right of the banner is a link to 'English'. Below the banner, there is a text block explaining that social manners apply to sake parties as well, emphasizing the importance of natural and pleasant interactions. To the right of the text is a photograph of three people at a sake party. Below the text and photo are five small icons representing different topics: '銚子の扱い方' (How to handle a tokkuri), '盃の持ち方・飲み方' (How to hold and drink from a cup), '献酒・酒盃' (Offering sake and sake cups), and 'ビデオの紹介' (Video introduction). At the bottom of the page, there is a link to 'TOPメニューへ戻る' (Return to the main menu) and a copyright notice: 'お酒は20歳になってから。お酒はおいしく飲もう。 Copyright(C)Kiku Masamune Sake Brewing Co., Ltd 1999-2006 All rights reserved.'