



かいぎしょ

7・8 Jul. & Aug.
2016 / No.679

KAWASAKI



2p

トップの部屋

川崎から防災事業の拠点を目指す
全国ネットで販売拡大と地域貢献

株式会社オガサワラ 代表取締役 小笠原 久雄 氏

7p

暑中お見舞い申し上げます

22p 会議所情報

42p 音楽情報 「フェスタサマーミューザ KAWASAKI 2016」7月23日(土)~8月4日(木)

43p シネマ情報 「インデペンデンス・デイ：リサージェンス」7月9日(土)公開





戦略的出費を考えよう

中小企業診断士・当所専門相談員 有村 知里

●長期的な視点で出費を続けたお店

自家製ハムやソーセージなどが人気のある精肉店は、創業当初は近隣の住民に精肉・惣菜を販売する店として創業しましたが、環境変化に対応して自店を成長させていくため、まだ売上規模が小さいうちから、年間売上高の1%程度の額を目安として、毎年将来のための投資資金として使うことを目標としてきたそうです。国内や海外での研修費用や加工設備導入のための一部資金として使いながら、自家製品の開発や改良などに取り組んだ結果、海外品評会で入賞するなど話題になり、現在では遠方からもお客様が来店するようになっています。

このお店は限りある資金を有効に活用した事例ですが、店主に長期的な視点があったからできたと言えましょう。

●会社・お店の出費には2種類ある

あなたの会社、お店では出費(経費や投資を含めた総称として)をどのように考えていますか?

私は2種類に区分できると考えています。ひとつは、節約・削減することが望ましい出費で、削減しても売上に直接影響を及ぼさず、比較的短い間に利益確保につながるものです。

もうひとつは、長い目で見て売上や利益の増加に影響を及ぼす出費です。短期間の投資回収効果でみると削減したほうが良いと思われるがちだが、中長期的には必要なものであり、戦略的出費と言い換えることができます。

会社やお店の大切なお金を戦略的に活かすには、自社・自店のビジョン(展望)に沿って、達成したい目標と達成するための道筋となる計画(経営計画)がベースとして必要になります。どのように将来の売上、利益に結び付けるかという準備とも言えます。上述のお店も方向性を見定めて着実に準備を重ねてきました。会社やお店の将来的な目標によって、出費の科目や種類は、異なり、人材採用や人材育成の場合もあれば、広告宣伝や設備投資の場合もあるでしょう。

●将来のために準備する

「入るを量りて出づるを制す」ということわざがあります。「収入(売上)がどれくらいあるか見越してから、それに釣り合った支出を考えるべきだ」という意味に使われます。経営において利益を出すことは必須ですから、厳しい経営環境のなかでは出費削減が最優先になってしまふのも致し方ありません。しかし、現状維持では将来的な環境変化に対応できず、縮小傾向に陥る可能性も出てきます。あくまで出費ありきではありませんが、長い目でみて将来を考えた準備は必要です。そのような視点で「入るを量りて出づるを制す」を考えていきたいですね。

あなたの企業をサポートします!

経営相談のご案内 [相談無料・秘密厳守]

当所経営指導員や専門相談員(弁護士・税理士・中小企業診断士他)が、経営に関する悩み・ご相談にお応えします。お近くの本部・支所までお気軽にご相談ください!

このコーナーは、「儲かる!商売に役立つワンポイント」と題し、商売に役立つヒント・便利な情報・制度などをご紹介してまいります。日々のご商売に、ぜひお役立てください。