

2006年4月3日発行

ぱるす

四季の会・ユーザーズ・サービス

206号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 桜花爛漫の候、先生におかれましては益々御活躍のことと存じます。

今の時代は正に2極分化である。豊かさの格差が広がっている。人も・物も・会社も・地域も・政治の中で格差が論議される時代である。モノは余っている。安くても売れない。しかし、いいもの、欲しいもの、高いものが売れている。そこには価値あるソフト・サービスが付いている。

土地の公示価格が出た。地方は空洞化し、商業地は10%~20%も下落。売れない、処分も出来ない土地が多くなった。しかし、東京都の表参道ヒルズや六本木、南青山の商業地は半年間で2倍に高騰している。インフレとデフレが綱引きをしている。

いいもの、高いものにお客様は価値を見る。売る側の「ソフト・サービス・ブランド」がある。お客様は価値を知り、そこに行きたいものがある。そこには全てお客様がある。お客様満足が充満している。

会計事務所も全く同じである。いい仕事をする。付加価値をつける。価値観(もの見方・考え方)を高めていくことが大事である。「決算こそ企業にとって、会計事務所にとって」最大の関心事である。「決算についての価値観」をしっかりと持つことです。「数字の意味と背景」を読みとろう!

コンサルタントの「鎌田勝先生」が「人に聞くほどいい知恵なし」とよくいわれた。社長は孤独です。しかし、何でも知っている。「社長と現場を一緒に歩いてみる!問いかけてみる!何でも出てくる!過去のこと、現在の課題、未来へのビジョン、夢など!」何でも出てくるものです。会計事務所にとって社長との「コミュニケーション」が経理の原点です。「知恵を出す!」「素直な心」情熱、そして努力。「知恵の蔵」の扉を開き、その叡智を得ることが出来るのです。「知恵の蔵の扉を開こう!!」そこに会計事務所の価値がある。

金利が経営問題になって来た 決算こそ大事になった

日銀は5年間続いた異常な超金融緩和政策の終わりを決断した。大手銀行から信用金庫にいたるまで定期預金金利を引き上げ

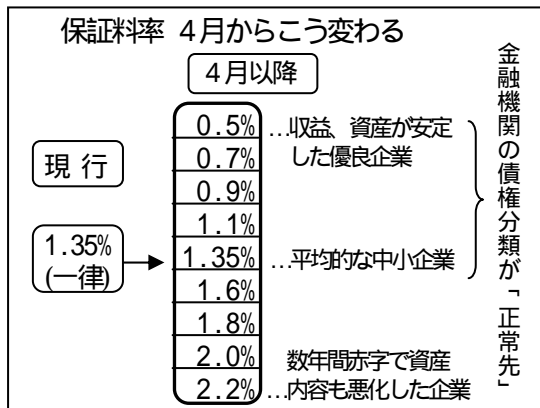
た(少ないが)。そこで、住宅ローン金利の上昇基調が強まって来た。市場金利の上昇は、銀行にとって調達コストの上昇につながるため、「利益確保するには住宅ローン金利も上げざるを得ない」という事情があるようだ。

そこで、状況の変化により借入金の金利は上昇すると思う。現在の中小企業の市場金利は大体「0.8%~4.5%」ぐらいといわれる。銀行の「自己査定」という言葉をお聞きになったことと思う!銀行は、社長が提出する「決算書」をもとに、財務状況や収益力、資金力などを判断しているのです。

銀行は、融資先の会社に「点数」をつけているのです!社長は点数をつけられていることをよく知らないのです。社長は、我が社の「決算書」を分析されて何点つけられているかを知り、「決算書」に関心を持つべきです。銀行は融資先の「信用リスク」の程度に応じて「信用格付け」されているのです。

その「債務者区分」は「正常先」良好な企業です。「要注意先」少し問題のある企業。「破綻懸念先」「実質破綻先」「破綻先」へとなっている。「正常先」に認定して続けていくのが大事です。

信用保証協会の保証料率が4月から22年ぶりに見直しになった。今迄は「一律年1.35%」だったが、企業の経営体力に応じて九段階に分けられた。



保証を利用している企業は、2005年3月末に約175万社である。金融機関の債権分類で「正常先」とされる企業は基本的に現行と同じ1.35%か、それよりも割安な保証料率を適用することになる。

経営状態が不安定な中小企業は、金融機関から融資の条件として、信用保証制度の適用を求められるケースが多い。今回の見直しによって、経営内容が悪化して保証を受けられなかった企業の一部も、割高な保証料を支払えば、制度を利用できるようになる。一方で優良企業の料率は今よりも低くなり、こうした市場原理を働かせることで、社長に自助努力をうながすことになるのです。これは、保証協会が銀行と同じように九段階に分けて「自己査定」をするのである。

これからは融資も大事である。しかし、金利が経営問題になって来た。銀行金利に保証料を加えると、「0.5%~2.2%」の差がついた。金利を加えると「5%~7.5%」ぐらいになり「高利」となる。金利は会社経営にとって、大変な経営問題となって来た。会社にとって「決算」は、重大な「経営問題」になって来たのです。

「会計事務所」は決算書を社長によく説明すべきことかと思うのです。大事な顧問先

を守るためです。何としても大事なことは「決算」です。社長が「決算書」をよく「知り、理解し、納得する」ことです。銀行は融資先の「決算書」をみて格付けしている。

「会社の点数をつけている」のです。「会社は点数をつけられている」のです。「どのようにつけられているかを、社長に知ってもらう」ことです。そのために「いい決算をつくる」・「点数の高い決算をつくる」ことが大事なのです。

決算書には3つの目がある

- 1つは銀行の目で見える決算書
- 2つは税務署の目で見える決算書
- 3つは社長自身の目で見える決算書

中小企業の社長にとっては、決算書を作る、または、作らざるを得ないのです。理由は、税務署と銀行があるからです。だから、決算書を出さざるを得ないのです。社長にとって、税務署と銀行は一番怖い存在です。「出来ればお付き合いしたくない?でも、付き合わざるを得ない!」そんな「税務署と銀行」が、社長から受け取った決算書を「どう見ているのか!」それを、社長はよく理解し、納得しておくことです。

決算書の「貸借対照表」・「損益計算書」を「プロ(税務署・銀行)はよくわかっています」。しかし、「素人の社長はよくわからないのです。貸借対照表・損益計算書を社長は、よく説明できません」社長という人の共通点は、それはまず「数字」より「感覚」を大事にする人だということです。そこに「わかりやすく」あるのが「決算診断提案書」です。

社長に決算時に「決算診断提案書」を使って説明している。その冒頭に「総合得点」「御社の経営力ランクは 型」ですと、総合評価があります。これは銀行の自己査定よりも「きびしく、わかりやすく」なっています。これを社長に銀行が見る前に知ってほしいと提案しているのです。「数字の意味と背景」をよく理解し、納得していくのです。銀行はよく説明できるのです。

税務署の目は、何に関心を持つか。付加価値率を重要視する。ベクトルが同じ方向を向いている自然体を考える。付加価値率が変化すると、「一寸おかしい!」「おやっ」と思うことがある。税務署は業績が悪いとか!いいとかでなく!不自然を嫌う。

税務署は、「経営効率」的なものは全く興味はない。ひたすら興味は、不自然な「収入が過少では」「原価や経費が過大では」の2点である。

例えば、「収益性」において「総資本経常利益率」は、興味がない。しかし、「付加価値率」は、その会社の業態・業界平均・過去3~5年の平均率・季節変動などを細かに分析して「不整合」を洗ってくる。

「生産性」全般には興味はない。しかし「資金性」のうちの、「受取勘定や在庫の回転日数」などには敏感である。

「成長性」については、「売上高・付加価値・利益の増加率」には極めて敏感である。それに関連して、各主要原価・経費科目の増加率にも、極めて敏感である。

社長の目で見える決算書は「決算診断提案書」を活かすことです。社長自身の「健康診断」と思えばいいと思うのです。