

2009年9月24日発行

ぶろす

四季の会・ユーザーズ・サービス

264号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 秋晴れの候、先生におかれましては益々御活躍のことと存じます。

渡米9年、世紀の偉業「日本の誇り」イチロー選手。「メジャー史上初の歴史を塗り替えた」「野球に対して真摯に向かい合い、心技体を鍛え上げてきたことが、大記録に結びついたのでしょう。これからも、さらなる高みを目指して精進し、野球少年たちに夢を与えて下さい」長嶋茂雄氏のコメントにありました。

曲折を経ての金字塔だった。今年は、ワールド・ベースボール・クラシックで日本の2連覇を背負った重圧からか、大会直後の胃潰瘍で開幕から「8試合」を欠場。その後は驚異的なペースでヒットを量産したが、8月末に「左ふくらはぎ」を痛め、またも「8試合」戦列を離れ、精神的に揺れ動いた。9月1日復帰後、大リーグ「通算2000本安打」をハイペースで達成した。そして、今回の200安打メジャー史上初の9年連続を成し遂げたのです。

イチロー選手の偉業に達成するまでの「努力と精神力」を見ることが出来ます。イチロー選手は、私たち経営者と同じだと思うのです。不況になると、「青菜に塩」のごとくうなだれてしまいます。業績が下降すると、仕方がないと思うのです。イチロー選手は「16試合を欠場」してしまいました。「しょぼっと」なるのが普通かもしれない。大変な危機だと思うのです！危機という字は、「危険」と「好機」で成り立つといわれるように、不況といえどリスクもあればチャンスでもあるのです。イチロー選手は何かを私たちに教えているかも知れません。

お客様の感情を動かす

競争はいたる所にある。低価格攻勢が激しさを増している。「商工会議所ニュース 21.9.1号によれば」そのとき、他社がそうしているからと追従的に値下げしては、自滅するだけだ。ならば、いかにお客様に自社の価格を支持してもらうか。

他店より高くてもお客様は納得する。大手家電量販店との安値競争に背を向け、真心のこもった姿勢で顧客にとことん尽くすワン・トゥ・ワンのサービスで「高売り」戦

略を貫くY社は、密度の濃い顧客サービスが売りだ。他者は安さを売り物にしているが、Y社は他社の価格を気にしない。事実、ハイビジョンテレビで比較したところ、同社の商品は周辺の量販店に比べて2～3割りは高い。また荒利益率を見ても、大手家電量販店が20%。一般的なまちの電器店でも30%のところ、同社は35%。会社を維持していくのに必要な荒利を確保できる価格設定なのだ。

この価格をお客が納得する理由はどこにあるのか。「うちのお客さまは値段でうちの商品を判断しない。うちの存在がなくなると困るから、よそより高くても買ってくれる。それには、お客さまに日ごろからトコトン尽くすという前提がある。例えば、冷蔵庫が壊れたといえ、すぐにトンデ行くのは当たり前。それだけではなく氷まで持って行く。大掃除でタンスを動かすとなれば喜んで手伝いに行く。お客さまは困ったときに気軽にうちに電話してきてくれる。そういう地域のお客さまとのつながりを最も大切にしている」とY社の社長は語っている。

「御用達」ということを大事にする。御用を達することです。この地域に困っている人たちに「あつらえる」ものを出していく。今迄、見たことのないような目からウロコのようなことになる。

まちの小売店が生き残るためには、「地域に溶け込むこと」とY社の社長は強調する。お客が困っていることを自分ができる範囲で徹底的にやらせてもらう。それは地域顧客の深耕だ。金鉱掘りのようにあっちこっち掘っていくのではなく、「井戸掘り」のように信じる道を深くまっすぐに掘っていく。そうしたブレのない経営姿勢の継続がY社の強さの秘密だろう。

この考え方は、会計事務所につながるのです。「人の感情を動かす」「顧客に興味をもていただく」「記憶に残る」「オンラインワンになれる」「ファンになってもらえる」「口コミなどでよさを伝える」「コミュニケーションで共感を得られる」などなどで様々なメリットを得られるのです。

真心のこもった「決算診断」

「決算診断提案書」を具体的に「ユーザーズぶろす」で説明をといわれました。「決算診断提案書」は、日本唯一の決算報告書です。その一つを書きました。会計事務所の実務書である「実務経営ニュース」で2009.2月から「決算は最大のビジネスチャンス」として連載されています。「社長の四季サイト」『<http://www.shiki21.com>』を是非ご覧下さい。

「決算診断」で経営判断力が格段に向上され、我が社のトレンドがわかります。

①経営の問題・課題の改善ポイントがわかり経営者にとって、的確な意思決定が出来ます。②過去－現在－未来へと企業分析がわかる。③数字を読めない経営者にも、ビジネスの経営実態をわかりやすく把握できます。④決算書上の数字に表れていない、数字の裏を読める。リスクを察知することができます。⑤決算書として銀行提出用として利用できる。⑥非常に大事なことは「経

営課題を経営者と共に考える」「会社はよくなってほしい」という熱意・想いを伝えることで、深い共感を得られる。勘定より感情が人を動かすのです。

「決算診断提案書」で、経営者に「所長先生のメッセージ」を出していきます。そこから「決算の推移表」です。3期で出されます。経験で3期で充分です。

・「損益計算書、貸借対照表の見方」 ・「損益の傾向」 ・「付加価値と固定費」 ・「財務体質の効率性」です。

重要なところは、「総合診断」です。

「経営の問題・課題のポイント」のスタート

です。「総合得点 **前回49点** **今回57点**

傾向 ↗」です。 ・「経営体力10段階タイプ」(自己診断・自己格付) ・「金融機関が見る重要なポイント」 ・「6要素から見た強み・弱味」 ・「攻める力」「守る力」から見た御社の診断。

そして、決算診断の最大のポイント、「経営体力による6要素診断」です。6要素とは何か！ ①収益性－経営活動で本当に儲かっているか。②生産性－能率よく成果が上がっているか。③資金性－投下資本の回収は効率がよいか。④安定性－バランスよく経営されているか。⑤健全性－資金の調達・運用形態は良好か。⑥成長性－業態は順調に伸びているか。

業績を診断方法について、大きく分けて8業種から40業態になり、実践されています。そして、「キャッシュフローと診断活用データ」「今回決算におけるキャッシュフローの結果」「キャッシュフローの改善のポイント」です。そして「会社存続のための売上・利益」「今期にあたって」会計事務所の熱意と想いが伝わります。「所長先生のメッセージ」です。……………

これからご報告申し上げる「決算診断提案書」は次の5つの点を中心とした「決算書の解説書」の役割を持っています。

①最近の決算についての概要と推移 ②決算書のポイントについて、前期決算または同業他社との比較 ③金融機関が見る決算書の重要ポイントについて ④一年間の資金の調達とその用途及び、利益と資金の差について ⑤「目標利益達成」「赤字にならない」「資金不足にならない」ための売上は

現下の状況においては、厳しい結果の部分もあると思います。しかし、会社を「つくる・伸ばす・続ける」のうち、最も難しいのは「続ける＝存続・永続させる」ことです。その時代と環境に合わせ、「人」をつなぎ続け、「お客様」をつなぎ続けることは、決してたやすいことではありません。

ご自身の経営・人生において、幾度の困難を乗り越え、そして現在も、会社を「つなぎ続け」「守り」、そして「次の成長」へとご精励なさっていらっしゃる社長様には、必ずや、そのご努力が報われるものと信じております……………

「決算診断提案書」を具体的に「ユーザーズぶろす」で説明をといわれました。「決算診断提案書」は、日本唯一の決算報告書です。その一つを書きました。会計事務所の実務書である「実務経営ニュース」で2009.2月から「決算は最大のビジネスチャンス」として連載されています。「社長の四季サイト」『<http://www.shiki21.com>』を是非ご覧下さい。

「決算診断」で経営判断力が格段に向上され、我が社のトレンドがわかります。①経営の問題・課題の改善ポイントがわかり経営者にとって、的確な意思決定が出来ます。②過去－現在－未来へと企業分析がわかる。③数字を読めない経営者にも、ビジネスの経営実態をわかりやすく把握できます。④決算書上の数字に表れていない、数字の裏を読める。リスクを察知することができます。⑤決算書として銀行提出用として利用できる。⑥非常に大事なことは「経

10月16日(金)決算診断実践会
2009全国統一研修大会

「25周年記念大会」です。お忙しいとは存じますが、是非ご参加お待ちしております。