

ぶろす

四季の会・ユーザーズ・サービス

269号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 厳冬の候、先生におかれましては益々ご健勝のことと存じます。

力士を志す少年に「一番」という言葉を使って目標を語ってもらうと大方「一番強くなる」だろう、「一番でも多く勝つ」も悪くはないと思うのです。「相撲人生を」縦に見るか、横に見るかの違いだろう。横長から「大記録」が生まれた。史上最多、幕内808勝を達成した37歳の大関魁皇である。同期の曙や若貴兄弟は早々に出世し、最高位を極め、30歳前後で引退している。

対する魁皇関は、優勝したが、ケガにも泣いた。波乱彩る土俵歴は、いくつもの頂が連なる岩山を思わせる。気は優しく力持ち、「808勝」の喜びは、それに続く「528敗の137休」があつてこそその味わいであると思います。

更に、「自動車業界」で世界一を記録したのが中国である。昨年の新車販売は1364万台でアメリカを抜いた。生産台数でも世界一が確実視されている。頂点の座にあった、アメリカの大手ゼネラル・モーターズの破綻は、覇者の交代を象徴している。ガソリンの高騰や金融危機といった時代の変化に、大きくなりすぎた米業界は対応できなかった。進化論を唱えたダーウィンの考えから、「強いもの、賢いものが生き残れるのではない。変化に対応できるものが生き残れる」と言われる。めまぐるしく変わる環境に対応できなければ、勢力を保つのは難しい。それだけでなく、変化が加速するにつれ、ただ対応するだけでは済まなくなる。経営者は、「変化が生きてから対応するのは難しい。自ら変化を起こすことが一番大切だ」と思うのです。

この乱世の時代こそ、短時間で世界一になった中国、30年前鄧小平が築いた政経分離の戦略、トップリーダーシップで安定した政治力。日本はこれから学ぶべきことが中国にはいっぱいあるようです。

「仕分け」と「仕訳」を考える

アメリカはオバマ大統領のもとで「チェンジ」で陽が昇り、日本は「政権交代」が起きた。しかし、大問題が起きはじめている。その中で仕分けが行われた。仕分ける人と仕分けられる人が、にらみ合いぶつかり合っていたのです。「仕分ける」という言葉は、誰が発明したのかは知らないが「評価する」ということだったと思うのです。いつの間にか魚や野菜の種類を仕分けするように、ヒトの行動や人格まで仕分けするようになったようです。

仕分けは民主党だけの専売特許ではありません。いま市場も、事業も、地域も、個人も、仕分けすることが最大の戦略になってきました。モノはオーバーストック状態で、正にモノはあふれ、安く、デフレの現象が起きています。マーケットをもう一度、瘦身に引き戻さなければいけません。

「仕分け」を行い、自らの健康診断し、捨てる。共有する。厳選する。本来の専門性、独自性を取り戻す必要があります。その意味では仕分けは大事だと思うのです。「仕分け人」が仕分けの重要性を知らずに「1番ではなく、2番ではいけないのですか？」とんでもないことが政治の中で起きたら重大なことです。

「仕訳」があります。「仕訳」とは「簿記上の取引を借方、貸方に分け、それぞれに適正な勘定科目を定めて、ふるい分けること」です。会計人は「仕訳人」です。「正規の簿記の原則」に従って間違いのないよう、月次業務に月次訪問をしています。しかし、会計事務所の中でも「仕訳」でなく、分けのない「仕分け」をしている人も多いのです。パソコン財務やインターネット会計での自計化？安価で！チェックもしないで！決算まで行ってしまい、決算時に多くの問題が起きているのです。

そこは税務調査時に税理士は立ち会わないのです。立ち会ってもわからないからです。だから、「困っている経営者」が多いのです。そこが私たちの「ライバル」であり、「新規見込顧客のマーケット」であることを知るべきです。私たちは「基本業務」に自信を持って他とのちがいを、差別化をしっかりと持つことが重要です。

今こそ「原点」が大事だと思うのです。基本業務である「月次監査と決算」にプラスアルファの付加価値をつけることが非常に大事になってきました。「月次業務」に力を入れましょう！「月次業務」には3つの意義がある。①つは、試算表の作成（帳簿等の仕訳のチェックの上で）②つは、試算表・月次経営提案書の「報告・解説」をする。③つは、「相談と情報提供」が経営者と共に「未来！を考える」。①だけでは、訪問回数を減らして顧問料減額の可能性がでてくるのです。②と③に価値があるので。お客様はよく知ってくれます。

それは、ひと月に一度でいいから、会社全体の数字をわかっていただいて、「立ち

止まる時間」をつくることです。経営者が日常の多忙の中、ふと「いい考え」や「課題解決」などができる！

会計事務所の月次訪問の良さを評価する経営者が多いのです。「仕訳人」をしっかりと教育していきましょう。顧客満足の原点は月次業務にあるのです。

顧問先の80%が赤字企業？！

「80対20の法則」がある。ビジネスの世界ではよく知られている法則です。この80%にお客様企業の赤字率が近づいているのです。多くの先生方は不安に思っています。この80%のお客様が病気であっても生きていてほしいと願っています。しかし、倒れて、倒産、廃業にでもなったら間違いなく、お客様の減少です。新規顧客が増えそうにない時代、この「80対20の法則」を、ばらつきでもつかんでおきましょう。この法則は、自然科学の法則のようなものではなく、多くの人の経験から見出された「経験則」といった側面が強い。近年、この法則を至るところに拡張して応用する傾向が強まり、ますます重視されるようになってきているのです。

「結果の80%は、その要素や原因の20%に基づく」というのがこの法則の概要である。例えば、「売上げの80%は、全顧客の20%に依存している」、「商品売上の80%は、全商品銘柄の20%で生み出している」、「売上げの80%は、全従業員の20%が生んでいる」などです。

こうしたことは多くの人が経験していることであるが、この法則に従うとビジネスの仕方も明確になってくる。このために重要な法則である。例えば、売上げを現在よりも伸ばすには全顧客を対象にしてサービス向上を目指すよりも、上位20%の顧客に重点を絞ったほうがよいとなる。そのほうが圧倒的に効率（コスト・パフォーマンス）がよいからです。

先に挙げたほかに、ビジネスの世界では、次のような「80対20の法則」が見出される。「仕事の成果の80%は、そのために使った時間の内の20%で生み出される」、「製品故障の80%は、全部品の内の20%に原因がある」などです。

もとより、80と20という比率が、厳密に成り立つわけではない。あくまでも、「おおよそ」の話である。大切なのは、物事や現象は平均的に起こるのではなく、「ばらつき」があるということです。

そして、「おおよそ」だから応用範囲も広がる。個人の生き方にこの法則を応用する人も多い。例えば、「多くの分野で平均点をよくするよりも、絞られた得意分野に努力を集中する」とか、「成功するために、自分はいちばん得意とすることやいちばん好きなことだけをやろう」などである。このように、ビジネスの世界を越えても成り立つほど応用範囲が広いのが、この法則の特徴であるのです。「道経塾 NO.63 H21.11」を参考にしました。