



所長コメント

フラワーフェスティバルは今年40回を数えた。すっかり広島観光の目玉の一つになったようだ。市内のホテルはこの連休中、何処も満杯である。

直前に起きた熊本地震、震度7の強い地震が2度も来て、いまだに余震が続いている。被害に遭われた方に心よりお見舞い申し上げますと共に、元の生活が少しでも早く回復することを祈念しております。

日本は本当に地震大国、何年に一度は必ず大きな地震が起きる。現在の科学を持ってしても防ぐことも、予知することもできないようだ。

フラワーの会場に熊本県の物産店が開かれていた。少しでも熊本の商品を買って応援をしようと多くの人だかりができて

いた。

最近では支援の方法もいろいろある。その中で伸びているのが、ふるさと納税を使った支援だ。これは寄付といえるかどうか疑問だが、本来自分が払う税金の一定額まで、被害に遭った市町に振り向ける方法だ。応援寄付金に対し「感謝の品？」が送られてくるようだが、熊本の場合、馬刺しの盛り合わせなどあるのかと思ったらそうでもない。ちょっと不謹慎でした。

寄付をした金額から2千円を引いた額が原則全額所得税と住民税から控除される。

どんな方法でもいいが、困った人に手を差し伸べようではありませんか。

社長の仕事 税理士 大場史郎

経営の見える化

カルビー株式会社の代表取締役会長(CEO)の松本晃氏がTVの経済番組で紹介されていた。

彼はカルビー株式会社(地元広島で誕生し、かつぱえびせんで全国区になった会社)の創業家より招聘(しょうへい)された。近年少子化による市場の縮小、異業種企業の参入などにより売上が伸び悩んでいたが、就任後現在まで5期連続で増収増益を続けている。

彼は外資系のジョンソン・エンド・ジョンソンの日本法人の経営トップを15年間務めた。ヘルスケア商品から菓子・食品と畑違いではあるが、BtoCということでは同じだ。

今回TVで紹介されたのは、5期連続で増収増益を続けていることではなく、女性を幹部に積極的に登用していることだ。女性の登用が増収増益を続けていると言えるのかもしれない。

安倍政権が女性の社会進出を積極的に応援している中で話題性があつたのだろう。そのキーワードが表題の「経営の見える化」だ。

日本の場合、昇進は学歴、年齢、勤続年数などを考慮するケースが多いが、さすが外資系出身だけにドライだ。基準となるのは営業(荒)利益だ。

営業利益を目標通り上げたら、男子だろうが、女子だろうが昇進していく。たとえ子育て中の時短勤務の女性だろうが同じ扱いだ。今年から社内託児所も作るそうだ。

番組では部下を何人も持つ夕方16時退社の部長が紹介さ

れていた。会議はできるだけ要領よく、短く。帰宅後の電話はよほどの緊急時以外はさせないとのこと。

確かに営業職の場合はデジタル化しやすい。

他の業種でも会社が一番求めていることを具体的にデジタル化して目標にしていくことは可能ではないか。

建設業の場合は現場個々の粗利益、営業なら値引きを小さくして受注できたか、意外に儲かるオプション工事を追加で取れたか、工務ならいかに納期を守り、予定原価どおりで竣工させたかが見える化だろう。

効率化を求めるのが難しい社会福祉法人なら、何を基準にすべきか、この業界の一番の課題は施設の稼働率をいかに上げるか、さらには部下を持つ中間管理職は職員の離職をいかに食い止めるか、また入居者のクレームをいかに少なくするかが基準になるだろう。

飲食業なら売上ではなく、経常利益を見える化すべきだ。経常利益とは売上-食材原価-人件費-水光熱費等を引いた利益だ。食材のロスを少なく、アルバイト等を効率よく稼働させることが必要だ。

経営者がすべきことは、これらの基準がいつも見えるようにすること、目標を達成するためのハード(機械・道具)、ソフト(研修・相談できる場)を準備してあげることだ。

中小企業の場合、なかなか見える化ができていない会社は少ない。結果オーライのところが多いが、会社のランクを上げるためにもステップアップが必要ではないか。