

平成30年4月7日

No. 166

〈利益を出し生き残る為に〉

「日経トップリーダー3月号、取引先の見切り方、原価を見直し効率よく稼ぐ」「原価管理？昔やろうとしたけれど、どう計算したらいいか分からなくて途中でやめちゃったよ。まあ、会社全体ならうちは儲かっているから心配ないよ……。まだこんな考え方をしている経営者がいたら発想をすぐに改めたい。井勘定で経営ができる時代はもう過去のものだ。市場縮小、人手不足の荒波を乗り越えるには、今いる社員の生産性を高めることが求められる。そこで役立つのが、原価管理だ。商品ごと、取引先ごとに利益率を細かく把握し、儲かるものと儲からないものを見極める。その上で、儲からない取引先や商品を見切り、儲かるところに人材を集中させて利益を伸ばす『攻め』の経営も実現できる。原価管理に基づき、効率のよい稼ぎ方への転換も今すぐに始めたい。」と説明されています。

私も、全体が利益なら良い。中には赤字の仕事があっても、お客様サービスと思っています。数年前は、お客様毎に、1時間当たりの売上分析をしていましたが、今はやめてしまいました。今年1月～3月、土曜日出勤の週休日、数名が午後9時10時まで仕事をしていました。売上高＝単位×数量ですので、売上高を上げる為、安易に数量を上げることに重点を置いてしまっています。数をこなすには、長時間労働となってしまいます。機械で自動化出来るなら数量を追うことも出来ますが、我々の仕事、時間単価(生産性)を上げる対策をしないかたければ過労で倒れてしまいます。商品群ごと、お客様ごと、原価管理を徹底し、抜くサービス、高品質、どのくらい儲かっているか把握し、儲かっているものは値上げ、時間短縮取引先選定、「働き方改革 難しいこと改善の時です。」 高林幸裕