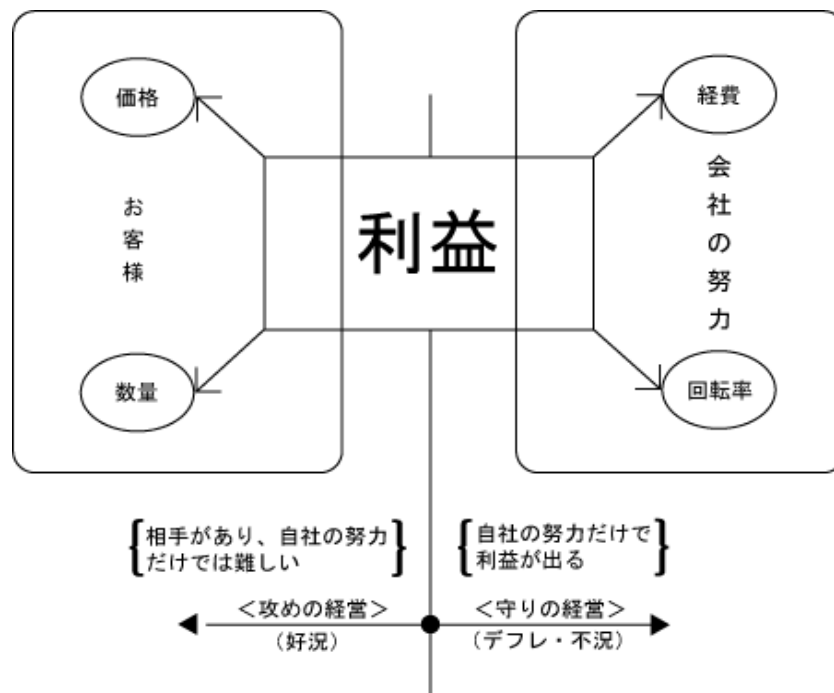


# 利益が生まれる

## 1、利益を生む4つの源泉

企業が、商品・サービスを生産・販売して利益を生み出す上で、もっとも重要な要因は、商品の「価格」と「数量」と「経費」と「回転率」の4つである。



回転率・・・少ない資産でより大きく効果を出す。

経費・・・より少ない人で、ムダな出費を抑える。経費は第三の利益である。

数量・・・販売する量を増やす。

価格・・・販売単価をより高くする。

$$\begin{aligned} \text{売上} &= \text{数量} \times \text{価格} \\ \text{売上} - \text{経費} &= \text{利益} \\ \text{売上} \div \text{資産} &= \text{回転率} \end{aligned}$$

## 2、守りと攻めの経営

	＜利益を上げるポイント＞	＜課 題＞
守りの経営	回転率の向上	1. 商品回転率の向上 A・在庫基準回転数を決める。 B・デッドストック・スリーピングストックの一掃 C・棚卸の頻度をあげる 2. 売掛金の回収基準の設定 ex. 30万以下は現金 手形サイトは120日以内 3. 長期売掛金対策の徹底 4. 総資産の有効活用 A・少ない資産でより多くの利益を出す。
	経費の減少	1. 固定費の削減 A・人件費の見直し・給与体系の見直し B・アウトソーシングの検討
攻めの経営	数量アップ	1. シェアアップ A・新規顧客の開拓 （ストアカバレッジ率の向上） B・既存客での取扱高のアップ （インスタシェア率の向上） C・新規チャネルの開発 2. ナンバーワンづくり A・ナンバーワン商品 B・ナンバーワン顧客 C・ナンバーワン地域
	価格アップ	1. 商品開発力の強化 2. 価格維持（売価はトップの先決事項） 3. 価値提案力強化

### 3、利益の5段階の意味

科 目	収 益 力	ポ イ ン ト
売上高 売上原価 期首製品棚卸高 商品仕入高 期末製品棚卸高 1、売上総利益	販売力 商品力 開発力	1、販売力強化 ・得意先基盤の強化 ・主力得意先の増強 2、商品力強化 ・主力商品の改善（交差比率の応用） 3、商品力強化・売れるモノづくり
販売費・一般管理費 発送費 人件費（うち役員報酬） 賃借料 減価償却費 租税公課 旅費交通費 その他 2、営業利益	管理力 営業力	1、予算統制の実施 2、経費1円あたりの生産性向上策 3、コストカット策 ・不要不急経費のカット 4、経費率の低減 5、固定費の変動費化 6、売れる店づくり 7、売れる営業マンづくり 8、知名度アップの宣伝方法
営業外収益 受取利息 その他 営業外費用 支払利息割引料 その他 3、経常利益	資金力	1、自己資金と借入金のバランス 2、借入金利率の低減 3、資金効率の向上策 4、実質金利率の検討 5、キャッシュフロー 6、経常収支比率
特別利益 投資有価証券売却益 特別損失 固定資産除却損 4、税引前利益	ストック力	1、投資有価証券等の売却 2、将来への準備、ストック対策の検討 3、不要不急資産の整理
法人税、住民税、事業税 5、税引き後利益	納税力	1、節税対策

## 4、企業利益パターン

区分/項目	症 状	対 策
1、増収増益	1、高粗利益率、高回転率 2、損益繰り、資金繰り、生産性繰りとも順調 3、計画費用の運用 4、損益分岐点操業度60%以下 5、高品質 高単価 高付加価値 高イメージの高循環経営	1、マーケティング経営 2、開発戦略も適切 3、拡大バランス 4、社風づくり 5、幹部のレベルアップ
2、減収増益	1、縮小バランス 2、固定費カット 3、資産売却 4、高限界率商品の発掘 5、適正規模の推進	1、健康回復策 2、縮小バランス策 3、適正規模の推進
3、増収減益	1、粗利益率（限界利益率）低下 2、経費過剰 3、在庫過剰 4、資金繰り悪化 5、損益分岐点アップ	1、損益分岐点操業度のチェック 2、経常収支比率のチェック 3、マイナスカット
4、減収減益	1、回転率悪化 2、生産性悪化 3、借入金過剰 4、不良債権発生 5、赤字（累積赤字・債務超過）	1、収益構造の根本的な見直し 2、過剰カット・不足強化 3、縮小バランス策