

令和6年4月

経営を数字で語る社員教育をする  
売上ではなく、 $P$ (客単価) $\times$  $Q$ (客数・商品数)

社長、幹部、社員が経営を数字で語るようにすると会社はもと儲かると思っています。多くの中小企業の経営者は、社員に数字教育をしていません。私は数字教育で足りるのは、道具が悪いかだと思っています。何度も繰り返して言っていますが、古田土式月次決算書こそ数字教育の教科書です。貸借対照表(B/S)、キャッシュフロー計算書(C/F)、資金別貸借対照表(資金別B/S)は経営者、幹部がわかればよいのですが、未来会計図、目次推移変動損益計算書は社員が理解すべきものです。特に未来会計図を使って社員教育をします。具体的には、売上ではなく、 $P$ (Price)単価 $\times$  $Q$ (Quantity)数量です。変動費は $V$ (Variable cost)変動単価。  $P-V=M$ (Margin)付加価値単価。  
 $PQ-VQ=MQ$ となり、 $MQ-F$ (Fixed cost) $=G$ (Gain)経常利益です。 $MQ \div PQ$ が  
 $m$ 率(限界利益率=粗利益率=付加価値率)となります。損益計算書(P/L)の目的は  
 $G$ ですが  $G=MQ-F$ です。  $F$ の一番大きな費用は人件費です。中小企業の給料は公務員  
や大企業に比べて低いので、この手の経営では、人件費はコストではなく、目的として  
給料を上げることを経営目標の1つにしなければなりません。例えばお客様に値上げ  
をお願いする場合に、社員に値上げをお願いするように指示するのはなく、「社員の皆様の  
給料賞与をアップするためにはこのための値上げをする必要があるのでは是非とも値上げを実現  
してほしい」と言ったほうが社員は積極的に動いてくれます。中小企業では $G$ アップのために $F$ ダウン  
ではなく、 $MQ$ アップなのです。  $MQ$ アップのためは、 $P$ アップか $Q$ アップ、 $m$ 率アップ  
ですが、 $P$ アップにはどうする方法があるのか、 $Q$ アップ、 $m$ 率アップにはどうする方法が  
あるのか、全社員で考えるのです。売上アップより $P$ アップ、 $Q$ アップと分けたいほうがよい  
具体的な方法が提案されます。「 $P$ アップの戦略は何がありますか」と聞くと具体的に  
答えられない幹部もいます。これはしかたがありません。今迄、このように売上を分解して  
考えたことがなかったからです。  $P$ アップはまず値上げです。今は値上げの絶好の機会  
です。古田土会計では石碇申告で数十年ぶりに値上げをお願いしています。千百件あるので社員の  
給与アップの原資にあります。次に付加価値の高い商品の開発です。毎年新商品を開発  
し続けるれば $P$ アップは実現できます。  $Q$ アップ戦略は、まず新規取引先の開拓  
です。古田土会計では今年の目標は200件です。毎週何件増え、何件解約、なに値上  
げ値下げを報告してもらっています。私達は $m$ 率100%の業種なので、客数の増加が  
生命線です。ですから毎週チェックして現状を確認し、対策を打っています。次に  
今のお客様により多くの商品数を買っていただくための提案をします。例えば、社会保険  
は元労基法人に会計顧問、財務顧問のお客様には、生保、損保の提案、事業承継対策  
相続税対策、経営計画の時間合宿、給料計算、M&A等の提案です。要は毎年  
少しずつお客様の数を増やし、そのお客様により多くの商品を買っていただくければ  
 $PQ$ はアップ(続けます。 $m$ 率のアップは $P$ が一番ですが社員教育として、 $m$ 率が  
1%、3%、5%アップ(た)。ダウンすることにより $G$ がいくぶん何%増減するのをご理解に  
むかいます。  $P$ 、 $Q$ 、 $m$ 率の変化により $G$ がいくぶん何%増減するが社員がわかると  
会社はもと儲かり、社員の数字レベルは上がります。社内の共通言語として $P$ 、 $Q$ 、 $M$ 、 $m$ 率  
 $PQ$ 、 $VQ$ 、 $MQ$ 、 $G$ という言葉がある前のように飛ぶ交えは全社員が創造力を  
発揮して $G$ アップ、モチベーションのアップを促すことができます。数字教育をゲームで体験する  
ものとしてマネージメントゲーム(MG)があります。MGは古田土会計では1日コースを用意  
しています。是非MGにより数字に強い社員を育成して下さい。

古田土 満