

第1回 「利益改善の基本原則」

コロナ渦は経済的打撃も大きく、業績が低下している企業が多いことでしょう。一口に業績といっても、一番重要なのは、“利益”です。利益は企業の存続・成長のために必要不可欠です。

このシリーズでは、この利益の改善策について説明致します。基本的なテーマなので、釈迦に説法かもしれませんが、利益改善策について、今一度、振り返りの視点として本稿をご活用下さい。

弊社は数多くコンサルティングを実施してきましたが、利益改善策が解っていても実行されていない企業や、実施しているつもりだけれど、かけ声は大きいものの、実質的には実施されていない企業や、経営層が指示しても現場は動いていない企業など課題の多い企業が少なくありませんでした。

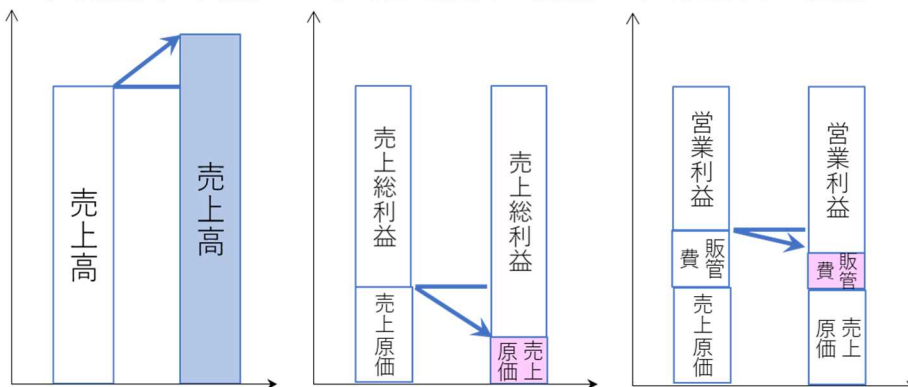
最も重要な“利益”は、会計上、下式のように表すことができます。

$$\text{利益} = \text{売上高} - \text{費用}$$

上の式の“費用”は財務会計上では、売上（製造）原価と、販売費及び一般管理費に分解できます。以上から、利益を向上させるためには、大きくは以下の3つの方策が考えられます。

- 1 売上高の向上
- 2 売上（製造）原価の低減
- 3 販売費及び一般管理費（以下、販管費と記述）の低減

1. 売上高の向上 2. 売上原価の低減 3. 販管費の低減



売上増加は建設的・外向きだと捉えられ、熱心に取り組まれることが多いのですが、後ろ向き・内向きだと捉えられがちな費用の低減に取り組まれることは少ない傾向があります。

高収益体質企業と普通の企業の違いは、每期、売上増加目標と費用低減目標を掲げ、地道に実施できているか否かにあります。2回目以降で事例を交え解説してまいります。