



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」中小企業戦略コンサルタント五十嵐 勉 平成23年07月11日 第519号

第18回財務体質強化セミナーにて

7月5日(火)東京、7日(木)大阪と船井総合研究所主催の第18回「財務体質強化セミナー」の講師をしてきました。年2回開催し、第2回から参加していますので9年になります。話している内容は変わっていません。中小企業経営者が知っておかなければならない財務の基礎知識と財務戦略です。参加企業はその時代によって業種業界は変わってきます。時流に合った企業が参加されます。

しかし、財務は流行とか時流とは違い、不偏のがあります。

財務は車で譬えると後輪になります。前輪は商品と営業です。財務は経営において目的ではなく、あくまでも手段です。強い商品を作ったり、強い営業基盤を作ったりするため、いかにお金を調達して、いかにしてお金を儲かる所に配分するかということです。

財務の戦略としては 資金の調達 資金の配分 軽装備(財務は利益を生む所ではない) 自己資本の充実。

決算書を見ると、会社の経営姿勢が見えてきます。特に貸借対照表を見るとよくわかります。貸借対照表は設立してから今までの会社の財政状況になっています。50年企業や100年企業の会社の決算書を見ることがあります。そのような会社は自己資本額は増えていなければいけません。50年以上の会社ではあれば、自己資本比率が50%超の会社がザラです。大阪のセミナーに参加された酒造会社は自己資本比率80%超でした。過去の経営者たちがコツコツと利益を蓄積していったのです。それを今の経営者が継承されています。

一方老舗と言われている会社でも自己資本比率が20%以下、中には10%以下という会社もあります。この違いは、経営手腕の巧拙もありますが、経営者の姿勢が物語っています。小さくても強い会社は自己資本が充実しています。つまり強い商品や強い営業基盤があるのです。

ちょっと
おまけ

先週7月6日から9日までの4日間、大阪。兵庫に行ってきました。8日、9日は某酒造会社の訪問です。

兵庫県の地区別に日本酒の販売量のデータがありました。およそ10年前と比べるとほとんどの地区で日本酒の販売量が減少しています。理由は日本酒を飲まなくなった。他のお酒と競合しているなど。

その中で、日本酒の販売量が増えている地域もあります。兵庫県の日本海側に城崎、浜坂、湯村といった温泉町があります。浜坂、湯村での販売量は激減していましたが、城崎は増えていました。これは何を意味しているかというと、温泉街にも集客のいい所と集客に苦戦している所があるとのこと。

城崎温泉は街づくりとして成功しました。成功の一つは外湯です。利用者は旅館の浴場を利用するのではなく、外の浴場をいくつも入って比べる事ができます。外湯に行くとか街を周遊します。するとお金が落ちていきます。他の温泉街は旅館に入ったら外には出なくなります。街がバラバラです。

日本酒の販売量の推移を見て、街の栄枯盛衰がわかります。



一口メモ
成功の秘訣

あずき商品に全身全霊

父親の井村和蔵氏が三重県松坂市で始めた和菓子製造業「井村屋」を継いだのは第2次世界大戦の終戦後まもなく。復員仲間21人と株式会社井村屋(現井村屋グループ)を創業し初代社長に就いた。

「小さくてもいい。『日本一』の商品分野をつくる」が口癖。

じっさいに「あずきバー」「あんまん」といった長寿商品を世に送り出し、井村屋を「あずき」の代名詞ともいわれる企業に育て上げた。

「味覚評価で右に出る者はいなかった。あずきの伝承、普及に全身全霊を込めていた」

モットーは「特色経営」。漢字が当たり前だった羊羹(ようかん)を初めてひらがなにしてお品化。外食の普及と産業化の可能性を察し、70年代にいち早く米アンナミラズのパイレストランを日本で展開。常に好奇心のアンテナを張り、事業に反映させた。

社訓「人のやらないことをやる」を体現した人生だった。= 井村二郎氏5月6日没、96歳平成23年7月8日日経新聞夕刊「追想録」より

●本「会社は潰れるようにできている」(中経出版) 発売中!

●会社成功塾 毎週日曜日、月曜日 午前10時~12時。

戦略社長塾 毎週土曜日 午前10時~12時。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 tigaras@attglobal.net

