

vol.183
無限

1

「目標の高さ」について
目標の高さが
人生を変える

記事作成者

曾根 康正

公認会計士
SMCグループ代表
経営コンサルタント

SMC関連サイト

強運会計士の徒然ブログ

<http://smcblog.net/>

SMCグループ代表、曾根が毎日
綴る。毎週月・水・金更新の経営ブ
ログ。



SMCグループはお客様とともに成長し、創業100年企業を創出し続けます。

中小企業応援団

2022.11 No.226

SMCグループ
Support Management Consultants

誰でも無限の能力を持っている

平素は、私どもSMCグループの活動にご協力賜りまして誠にありがとうございます。

今月は「目標の高さ」について考えてみたいと思います。

多くの人は目標の高さが自分の人生を大きく変えていることに気づいていないと思います。あなたはどのように目標を決めていますか？自分の能力に見合った適度な目標を設定していませんか？また、あなたは自分に無限の能力があることも知らないのではないのでしょうか？

本当は誰でも無限の能力を持っています。その無限の能力があるにもかかわらず、過去の失敗などで自分の能力を低く見ている人が本当に多いのです。そして、能力を低く見積もって高い目標を持たなければ、努力をしなくても良いのでとても楽なように見えます。ところがこの考え方は大きな間違いです。下記にドラッカーの言葉を紹介しますね。

POINT

ピータードラッカーの言葉

自らに対し、少ししか要求しなければ、成長はしない。
極めて多くを要求すれば、何も達成しない人間と同じ程度の
努力で、巨人にまで成長する。

上記のドラッカーの言葉を私が経営に置き換えてみると以下になります。

「経営目標を高くしなければ会社は成長しない。
高い経営目標を設定すれば経営目標の低い会社あるいは経営
目標がない会社と同じ程度の努力で
大企業(優良企業)まで成長する」

自分に少ししか要求しなければ(低い目標)、努力が少なくて済むように思えます。しかし、低い目標だからといって目標達成するためにはそれなりの努力が必要です。一方、極めて多くの要求(高い目標)を持てば多くの努力をしなければならないと思ってしまう。ところが人間誰しも24時間しかありませんので人の3倍も5倍も働くことはできません。

どんなに努力をしても現実的には1.5倍程度しか働けないでしょう。しかし、同じ程度の努力つまり同じ程度の働きをしても目標の高さが違うので働く内容つまり質が全く違うのです。同じ時間を働いても目標が高ければ高いほどその働きの質が変わるのです。

例えば、高校野球で練習時間はどの高校でも2時間までしか許されないとします。

A高校は甲子園優勝を目標としました。

一方、B高校は県大会ベスト4を目標としました。

これであれば、A高校もB高校も同じ時間2時間しか練習ができません。この条件でA高校とB高校の野球の実力は一緒になるでしょうか？いや、ならないでしょう。やはり、A高校の方が当然、野球の実力は遙かに上になるはず。それはA高校の2時間の練習の質がB高校の2時間の練習の質より上だからです。ここで質という抽象的なので質の意味を具体化します。

A高校は2時間の練習時間の中でどのような練習をすれば甲子園で優勝できるのか知恵を絞り抜いて練習に取り組みます。

一方、B高校も2時間の練習時間の中でどのような練習をすれば県大会ベスト4に入れるかを考え抜いて練習をします。

何を目標として考え抜くかによって努力の質が変わるのです。しかし、実際には目標が高ければ高いほど質だけではなく練習の量も多くなるでしょう。

さて、中小企業でも同じ事が言えます。「地域No.1になる」「日本一になる」なるなど、高い目標を掲げれば掲げるほど中小企業といえども大きく成長していきます。



記事作成者

小川 弘郎

中小企業診断士/社会保険労務士/行政書士/2級FP
 技能士/宅地建物取引士/農業経営アドバイザー(日
 本政策金融公庫)/MAS監査プランナー(MAP経営)

SMC関連サイト

先行経営Tassei

<https://www.smc-g.co.jp/senkokeiei/>

ミライからの逆算経営支援プロ
 グラムで下請け脱出経営を支援しま
 す!



特殊な融資手法をお伝えします

銀行融資には証書貸付や手形貸付、保証協会付融資といった一般的な融資制度以外に様々な融資の考え方があります。不動産以外の担保をとったり、通常とは違う返済方法を認めたりする融資手法です。このような特殊な融資手法は一般的にはあまり認知されていませんがうまく利用できると資金繰りの安定化につながります。今回はその特殊な融資手法の中から「短期継続融資」と「ABL」についてお伝えしていきます。

1. 短期継続融資

一般的に手形貸付は特定の返済財源に基づいて期日一括返済を求められます(いわゆる紐付け融資)、返済した後にすぐ同額の融資を実施する、期日が来たら手形書換による融資継続を行う、といったように一定の融資残高が継続していくことを前提とした融資を短期継続融資と言います。「短コロ」や「コロガシ手貸」「ロール」と呼ばれる場合もあります。尚、手形貸付だけではなく当座貸越も短期継続融資に含める場合もあります。この短期継続融資を利用すると、金利を払い続ける必要がある、融資残高が減らないといったデメリットがあるものの、常に一定の運転資金が必要な企業にとっては事実上当面の間返済不要の資金を確保できるといったメリットもあります。

例えば「一定の在庫保有が常に必要」「買掛金や外注費の支払いがいつも先行する」「売掛金の回収期間が長い」といったように経常的に運転資金(経常運転資金)が必要となるビジネスモデルの方はこの短期継続融資をうまく利用できると資金繰りの安定化につながります。

ただしどのような企業でも利用できるわけではなく、資金の必要理由に関する妥当性と一定の財務内容が求められるものの、数年前から金融庁や経済産業省は短期継続融資利用を各金融機関へ推奨していますので、経常運転資金が発生する企業の方は一度取引銀行へ相談してみると良いでしょう。



2. ABL

ABLとは「Asset-based Lending」の略称で主に売掛債権や棚卸資産を担保にする融資手法で「動産担保融資」のことです。

一般的に銀行融資の担保と言えば土地や建物といった不動産を思い浮かべるかと思いますが、ABLは商取引で発生する売掛金や製品・商品といったいわゆる在庫を担保にとります。あるいは機械を担保にとる銀行もあります。このような売掛金・在庫・機械といった「動産」を担保にとった融資手法を総称してABLと言います。

時折「動産を担保に取られたら売掛金や在庫を売ったお金が入って来なくなるのでは?」というお声を聞きますが、ABLは事業に必要な資産を担保として提供するものの通常の企業活動の範囲で原材料や機械等を生産活動に利用でき、また、商品も取引先に販売することができます。担保になると所有権は貸し手に移りますが、実際のモノは借り手に残ります(このような担保を譲渡担保(じょうとたんぽ)といいます)ので、ABL利用前と変わらず自由に在庫を売買したり、売掛金を回収したり機械を利用したりできます。

このように担保提供できる不動産を所有していない企業でもABLを利用することで融資が可能となる場合があります。ただし、動産は不動産と比べて換金性が落ちる為その評価は低めになることが多くABLを利用すれば簡単に融資が得られるというわけではありませんので注意が必要です。



いかがでしたでしょうか? 短期継続融資は従前から金融業界から存在する考え方を再定義した融資で、ABLは動産担保という比較的新しい概念に基づく融資です。

中小企業の資金繰り円滑化の手法として両制度について金融庁や経済産業省は金融機関に対して利用勧奨しており、短期継続融資とABLを組み合わせる支援している銀行もあります。経常運転資金が発生する、あるいは、動産を多く保有している、さらには、資金繰り安定化が課題の企業は短期継続融資やABLの利用について取引金融機関と相談するといいでしょう。

今回は今回に引き続き特殊な融資手法についてお伝えしていきます。

vol.50

キャッシュを増やす
ヒケツ

3

広告宣伝費 許容はいくら？

定期的な効果測定と 広告宣伝費の目安

記事作成者

船田 卓

税理士

SMC関連サイト

キャッシュを増やすヒケツ

<https://www.smc-g.co.jp/cashacademy/blog>

会社を絶対潰さない為に!!
キャッシュを増やす方法を学ぶサ
イト



戦略的経費の一つ、広告宣伝費。 適正な広告宣伝費はいくらかご存知ですか。

1. 広告宣伝費の効果

広告宣伝費は、使い方によって売上を大きく左右します。しかし、広告宣伝費の中には、その支出の効果がなかなか測定できないものが多くあります。

例えば、商品カタログの効果は？ HPの効果は？ 野立て看板の効果は？等、効果の測定は本当に難しいものです。

一方、反響管理がし易いものとしては、DM発送やPPC広告などがあります。これらは、効果が測定できやすので、効果がでなければすぐにやめる判断ができます。では、反響管理が難しい商品カタログや野立て看板などは、どのように効果の測定をすると良いのでしょうか。



2. 広告宣伝費の効果の測定方法

効果はその支出によって売上げが増加したかを測定するだけでなく、その支出を止めることで売上げが減少したかを測定することでも見極めることが可能です。

そこで、効果の測定が難しい広告宣伝費は、一旦やめてみることで。

例えば、野立て看板を一旦やめてみて、売上げが下がれば、効果があったということになるので、改めて看板を設置し、売上げの下がらない看板は、そのまま止めてしまうのが良い方法です。

カタログの配布により注文を頂く会社もあるかと思いますが、そのカタログの更新期間が短いとそれだけ製作費がかかります。

例えば、2年に1回1,000万円以上のカタログを作成している会社があるとします。このカタログの効果はどのように測れば良いのでしょうか。

この場合には、カタログを作成する期間を延ばして見て、例えば、3年や4年に一度と期間を延ばして売上げが下がらなければ、その期間を延ばしても問題ないことになります。

4年に一度することで、1,000万円の広告宣伝費の削減が可能となります。

3. 広告宣伝費の支出

お客様から「広告宣伝費はどれぐらいが適切ですか？」と聞かれますが、会社によって全く状況が異なるので一概にいくらとは言えません。

目安としては、「粗利の5～10%位」までの支出に留めておく方が良いかと思います。

他社との差別化された競争力のある商品を持っていれば少なくとも済みまし、口コミで広がる商品であれば広告宣伝費も必要ありません。

また、創業間もない場合や新商品・サービスの提供の場合には、会社や商品・サービスを認知してもらうために広告宣伝に力を入れる必要があります。

そのため、広告宣伝費は会社によってケースバイケースで考えれば良いと思っています。

4. 定期的に効果測定を

広告宣伝費は、売上げを生み出すために必要な支出です。そのため、広告宣伝費の支出は大切になります。

しかし、目標達成すべき広告宣伝費が、それによって生み出される売上高や粗利に対して高すぎる場合には、広告宣伝費の活用方法を見直していく必要があります。

現状では集客効率が悪い可能性があり、今後の広告宣伝の仕組みを抜本的につくりかえていかなければならないということです。

まずは、ご自身の会社の現在の広告宣伝費と、これから費やすべき広告宣伝費を照らし合わせてみてください。

もし、費やすべき広告宣伝費が高すぎる恐れがあれば、一度広告宣伝の仕方を見直してみてください。

記事作成者

小谷 亮太

デザイナー

SMC関連サイト

SMCセミナーカレンダー

https://www.smc-g.co.jp/service/keiei_hasshin/seminar_academy#calender



最新ニュースとセミナー情報

企業としても対策が困難な迷惑メール

過去にはたどたどしい日本語や中国字体が使われていることで見分けが簡単だった迷惑メールですが、最近はかなり本物っぽい作りをしており、パッと見て判断できないものも多く出回ってきています。更にタチの悪いことに送信元やリンク先のアドレスも偽装してきます。これが非常に厄介ですね。

最近ではえきねっこの迷惑メールが出回っており JR 東日本から【正規メールには URL を掲載しておらず「URL の記載のあるものは偽メールですので、ご注意ください」と注意喚起がありました。メールから直接飛べなくなるため利便性は下がりますが、お客様が詐欺に遭わないためには最良の対策ですね。

受信側の対策として、リンク先にマウスを合わせることで本当の URL を確認する方法もありますが、おすすめはしづらいです。一番の対策は公式ページや公式の連絡先に、こちらから問合せ直すことです。

税務セミナー開催のお知らせ

SMC税理士法人では、経営者様、事業主様、経理担当者様を対象としたセミナーを随時開催しております。他にも起業を目指す方に向けたセミナーなど、どれも知っておいて損はない情報が盛り沢山の内容となっておりますので、是非ご参加ください!

開催スケジュールは弊社担当、またはホームページ【https://www.smc-g.co.jp/service/keiei_hasshin/seminar_academy#calender】をご覧ください。

2022.11 SCHEDULE セミナーカレンダー



| SUNDAY | MONDAY | TUESDAY | WEDNESDAY | THURSDAY | FRIDAY | SATURDAY |
|--------|----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|----------|
| 30 | 31 | 1 | 2 利益とキャッシュ 最大化セミナー 14:00-16:30 | 3 | 4 確定拠出年金 セミナー 16:00-17:00 | 5 |
| 6 | 7 コロナ融資 返し方 16:00-17:00 | 8 中小企業 3大補助金活用 16:00-17:00 | 9 利益とキャッシュ 最大化セミナー 14:00-16:30 | 10 診断士チーム PDCA 15:30-18:00 | 11 | 12 |
| 13 | 14 決算書の 読み方 15:00-16:30 | 15 | 16 中小企業診断士 顧問獲得実践塾 13:30-18:00 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 第4期 東京会計塾 15:30-20:00 | 23 | 24 年末調整 セミナー 14:00-15:00 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 |

名古屋本社 | 愛知県名古屋市中村区名駅 4-5-27
大一名駅ビル 5F
TEL/052-446-5626

東京支社 | 東京都中央区八丁堀 2-8-2
八丁堀共同ビル 5F
TEL/03-6280-3031

多治見事務所 | 岐阜県多治見市太平町 6-19
SMCビル 1F
TEL/0572-22-0626

中津川支社 | 岐阜県中津川市栄町 2-20
丸山ビル 2F
TEL/0573-62-3435

埼玉支店 | 埼玉県東松山市箭弓町 1-17-9
ルネスカーサ 105 号室
TEL/0493-59-9427



SMCのサイトが
新しくなりました!



SMC公式サイト
<https://www.smc-g.co.jp>