

vol.186
無限

1

「変化とチャレンジ」について
3割打者も
7割は失敗している

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、曾根が毎日を綴る。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

2023.03 No.230

SMCグループ
Support Management Consultants

2代目、3代目はチャレンジしない人が多い

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「変化とチャレンジ」について考えてみたいと思います。この無限で度々チャレンジや挑戦について書いてきました。それは最近の中小企業経営者にもあまりにもチャレンジや挑戦をする人が少ないからです。特に創業経営者は当然、チャレンジをしたからこそ経営者として生き残っていますが2代目・3代目の経営者はチャレンジしなくても既に会社があるのでチャレンジをしない人が多くなります。

さて、下の柳井正氏の言葉を読んでみて下さい。

POINT 柳井正氏の言葉

致命的にならない失敗をしても良い。やってみないとわからない。行動する前に考えても無駄です。行動して修正すれば良い。

「チャレンジしている”つもり”の人は聞く耳を持たない

過去の経営環境の変化を見てみるとバブルの崩壊、金融危機、リーマンショック、東日本大震災、新型コロナショックなど、10年に一度は大きな環境変化があります。そして、中小企業はこの環境変化に新たなチャレンジをして必死に対応して変化してきました。しかし、変化できなかった中小企業は姿を消していきました。さて、変化できない中小企業は新たなチャレンジをしなかった為に姿を消したのですが、それでは何故チャレンジできなかったの

でしょうか？理由は2つのパターンがあります。一つ目がチャレンジすることを恐れてチャレンジしなかったパターン、二つ目がチャレンジをしていないにもかかわらず経営者自身は新たなチャレンジをしているつもりになっているパターンです。後者のパターンは救いがありません。私がチャレンジをしろと言っても本人はチャレンジをしているつもりなので聞く耳を持ちません。

「最大リスクを把握した上でのチャレンジ

さて、前者のチャレンジすることを恐れている経営者は救うことができます。恐れを取り除いてあげれば良いのです。柳井氏の「致命的にならない失敗をしても良い。」は勇気づけられます。チャレンジする前から成功が約束されているのであれば誰でもチャレンジします。チャレンジする前は成功するか失敗するかは誰にもわかりません。だから、失敗を恐れずチャレンジをするのです。プロ野球選手で好打者の3割打者でも裏を返せば7割は失敗しているのです。もし、失敗したら修正して新たなチャレンジをすれば良いのです。更に言えば、経営者は失敗を楽しむぐらいの心構えが必要だと思えます。

「また、失敗してしまった、ワッハッハ!!」で良いのです。ただし、致命傷を負うような失敗をしないことです。そのためにはチャレンジする前に失敗したときの最大リスクを予測して自社が耐えら



れるかどうかを知っておく必要があります。最大リスクがわからないようなチャレンジは決してしないことです。さて、最後にチャレンジしないと成功どころか失敗することもできません。チャレンジしなければ決して環境変化について行くことができないのです。環境変化について行くことができれば早晩姿を消すこととなります。最後に本田宗一郎氏の言葉です。

POINT 本田宗一郎氏の言葉

チャレンジして失敗を恐れるよりも何もしないことを恐れる。

信用保証協会付融資と プロパー融資

財務内容が良ければ
資金調達もしやすくなります

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)

SMC関連サイト

先行経営Tassei

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

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!



各融資の特徴を把握して適切に利用しましょう

このコラムでは中小企業の皆さまにとって重要な融資をはじめとした資金調達や資金繰りの様々なお話をさせていただきます。

今回のテーマは「信用保証協会付融資とプロパー融資」。中小企業経営者の方なら一度は耳にしたことがあるかもしれない「信用保証協会」ですが、まさに中小企業・小規模事業者(以下、中小企業等、といいます)にとって資金調達の味方といえる団体といえるでしょう。

実はこの制度は金融機関側にとっても非常にありがたい制度なのです。一方で金融機関はプロパー融資については慎重に対応しています。今回はこの2つの融資制度の特徴を以下にお示ししますので、その特徴を把握して適切に利用するようにしましょう。

1.信用保証協会付融資とは

まず信用保証協会(以下、保証協会といいます)はどういう組織か。

保証協会の上部団体である信用保証協会連合会のHPにはこう記載されています。「信用保証協会法(昭和28年8月10日法律第196号)に基づき、中小企業等の金融円滑化のために設立された公的機関です。事業を営んでいる方が金融機関から事業資金を調達される際、信用保証協会は「信用保証」を通じて、資金調達をサポートします。47都道府県と4市(横浜市、川崎市、名古屋市、岐阜市)にあり、各地域に密着した業務を行っています。」とあります。

つまり保証協会は全国各都道府県にあり、中小企業等が金融機関から融資を受けるときに信用保証という名の保証人になってくれる公的機関ということです。金融機関にとっても非常にありがたい制度で、大手企業と比べてどうしても信用力の劣る中小企業等に対して保証協会が

連帯保証してくれるので安心して融資ができます。万一返済が滞り融資金が回収不能となった場合でも保証協会が債務者に代わって融資金を金融機関へ返済(これを代位弁済という)してくれるからです。

ちなみにこの代位弁済の財源は最終的に税金が充てられます。そのため金融機関は保証協会付融資の残高を増やすことに力を入れており、多くの金融機関で保証協会付融資残高を営業目標項目に入れているぐらいです。中小企業等は保証協会付融資を利用するためには金融機関だけでなく保証協会の審査もクリアしなければならず、保証人になってもらう代償として保証協会へ保証料を支払わなければなりません。

しかしながら後述するプロパー融資よりも審査が通りやすいのでメリットも大きいです。保証協会は中小企業等にとっても金融機関にとっても、とてもメリットがある制度といえます。

2.プロパー融資とは

プロパー融資とは保証協会や他の保証会社の保証が付いていない、金融機関自身が独自で融資することの総称です。

そのため、無担保融資はもちろんのこと、不動産担保、預金担保、売掛債権担保、など担保があるものもプロパー融資と呼ばれます。プロパー融資は返済が滞り融資金が回収不能となった場合、金融機関がその負担を負わなければなりません。そのため保証付き融資と比べて審査が厳しくなります。

審査はその企業の業績、財務内容、今後の事業見通し、担保の有無等を勘案して総合的に判断されますが、最も重要なのは「財務内容」です。自己資本が多いなど企業体力のある企業は信用力が高くなりプロパー融資も受けやすくなりますが、債務超過で借金も多く返済能力に懸念があるといった企業は信用力が低くなりプロパー融資は受けにくいです。



保証協会付融資と違い保証料などは発生しないため調達コストはプロパー融資が有利になることが多いですが、審査のハードルは高いです。

ちなみに金利はその企業の信用力がベースとなるので、信用力が高い企業は金利が低く、信用力が低い企業は金利が高くなります。

いかがでしょうか?金融機関は融資したら必ず返済をしてもらわないといけません。貸し倒れを発生させるとその額がそのまま金融機関の損失となるからです。

そのためどういう形であれ融資金を確実に回収できる方法を考えます。必然的に信用力のない企業に対しては確実な融資回収が期待できる保証協会付き融資を求めることになります。一方で信用力の高い企業には無担保でのプロパー融資を金融機関側から提案してくれることもよくあります。

資金調達は有利に進めるためには財務内容の良しあしがものを言いますので、良い業績を出し続ける→財務内容が良くなる→資金調達が有利になる、という好循環を目指しましょう。

vol.53

キャッシュを増やす
ヒケツ

3

一日あたり
何件売れそうですか？

金額での目標と
売上件数での目標

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



1日何個売れる! 金額ベースの枠を越えた売上目標

皆さんの売上目標はどのように決めていらっしゃいますか。

まさか「昨年より10%程多い売上高!」なんてことはありませんよね?今回は中期の売上計画の立て方について事例を使って説明していきます。

1. 売上の目標の設定

例えば、ホームページで車用品をネット販売する会社で前期の年間売上は4,320万円の実績だとします。この前期売上をもとに、5年後の売上を考えてみましょう。

あくまでも5年後の目標設定ですので、なるべく高い売上目標を立てたいものです。

この会社の経営者が立てた5年後の売上目標は6,000万円でした。これは高い目標でしょうか。それとも、低い目標でしょうか。

お聞きしたところ「今でも大変なのにこれ以上売上を上げるのは絶対に無理!」とのことでした。なぜ、そうお考えになるのかというと、現在の延長線でしか捉えられないからです。こんな風に考える経営者は意外と多いものです。

この思考に陥る主な原因は、売上を「金額」でイメージしていることです。将来の売上を「金額」でイメージすると、高い目標はできない気がしてくるのです。



2. 個数や件数で目標をたてる

このイメージを変える良い方法があります。それは、「金額」でなく「個数」や「件数」で目標をたてる方法です。この社長に「ネットで販売している車用品の販売価格は様々だと思いますが、平均単価はいくらぐらいですか?」と聞いてみました。

社長は平均単価を意識しているようで、すぐに「3,000円です。」と返事がありました。

昨年の年間売上が4,320万円ということは、月間売上は360万円。月間売上が360万円ということは、1日売上は12万円。平均単価が3,000円ということは、1日40個販売していることが判ります。社長自身も「大体そんな感じですよ。」と1日の販売数量を把握されていました。そこで、「5年後、1日何個売れるようになりたいですか?」と社長にお聞きしたところ、「1日100個は売りたいかな。」と返事が返ってきました。

5年後の売上を計算してみると単価3,000円×100個×30日×12か月=1億800万円となりました。「社長、1億円超えますよ?1日100個売れますか?」とお聞きすると社長は「売れると思う。」と返事がありました。「それなら、5年後の売上目標は、6,000万円ではなく1億円でできるではありませんか?」とお聞きしたら「できそうな気がしてきた!」と社長の顔が明るくなりました。

これが、経営計画を作成する際によくある会話です。



3. 売上計画の基本

中期の売上計画を金額ベースで考えると、どうしても自分の枠を超えることができず低い目標になりがちです。ところが1日に販売できる個数(件数)に置き換えると、とたんにできると思えるようになり高い目標が変わるのです。

売上計画の基本は「単価」×「数量」です。さらにこの

数量を、1ヶ月または1日にまで細分化するとイメージが具体的にになり、できないイメージができるイメージに変わるので。

皆さんもこの手法で高い目標をたて、ワクワクする経営計画を作成して下さいね。

どうしよう!
労働基準監督署の調査に
呼び出された!
経営者は要チェック!

記事作成者

山口 剛志

特定社会保険労務士

SMC関連サイト

SMCセミナー一覧

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

労働基準監督署の調査について

日頃、私の元にはいろいろなご相談が寄せられますが、中でも多いのが『労働基準監督署の調査』についてです。今日は、この調査について解説しましょう。

1.調査の方法は?

通常3パターン



- ① 労基署から「●月●日に指定した書類を用意して労基署まで出頭せよ」という通知書が届くケース。ほとんどはこのケースです。
- ② 労基署から「社員▲▲の賃金台帳とタイムカードを労基署まで提出せよ」という通知書が届くケース。
- ③ 突然職場に監督官が現れて、「書類を見せろ」と言ってくるケース。

②のケースは明らかに社員▲▲さんが労基署に未払い賃金があると申告した結果の調査でしょう。監督官が未払い賃金があるかを確認計算し、過去最大36か月間分の支払い命令が出されます。①や③のケースは、通常は全社員に関して違反が無いかざっと調べる調査ですが、ただ一部は、社員(多くは在籍中)が労基署に申告して、自分が申告したことを会社に知られたくないと申し出る場合もあり、その場合は一般的な調査を装って、申告した社員の内容を重点的に調べることもあります。

2.調査を拒否できるの?

結論から申し上げますと、調査は拒否できないし、拒否しない方が良い、と考えます。

「逃げられるし、対応する義務も無い」とのネット上の記事も見受けられますが、基本的に労働基準監督署の調査は法律に基づき行われるものであり、また、労働基準監督官はいわゆる司法警察なので強制調査権も有ります。

労働基準法・最低賃金法・安全衛生法などは、最低限の職場のルールを定めたものであり、その最低限の水準すらクリアできていない会社はいいかなのか?と私は思います。日頃から労基法等に抵触しないよう労務を執り行い、調査に当たった場合は、自社の労務水準は法律をクリアしているか?を確認する良い機会と捉え、調査を淡々と受ける。その上で、法律違反事項を是正するよう勧告された場合は、それを受け容れて、指

摘事項を是正すればよいのではないかと考えます。

拒否をした場合は、何か重大な違反があるのでは?と疑われ、強制調査になる可能性も有ります。また、社員からの申告による調査の場合は、裁判に発展することも予測されます。そしてその結果、重大な違反が発覚した場合は、一層厳しい罰則や命令を受けることも十分に考えられ、それならば、「大事になる前に早めに対応した方が良かった」と痛感することになるでしょう。

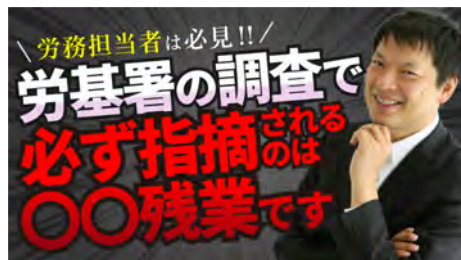
「知らなかった」では済まないかも...

とはいえ、労基署の調査は、あまり楽しいものではありません。大切なことは、日頃から労基署の調査に当たっても「全然心配ない!」という労務状態しておくことと考えます。「我が社は大丈夫かな?」とご心配の会社様は、是非一度ご相談ください。

永年多数の労基署調査対応してきた社会保険労務士が、労働基準監督署目線で貴社の現状をリサーチし、法律違反が無いか、もし万が一違反があった場合、どう改善すべきかをレポート致します。



また、労基署調査の三大チェックポイントについては、動画にて詳しく解説しております。是非、動画もご参照ください。



<https://www.youtube.com/watch?v=393kl5vlUP4>