

社長！いつまで、「コスト削減」を続けるのですか？

事業経営に必要なのは『利益』です。もっと厳しく「絶対必要利益」です。

この利益を出すには、①売上を上げること。②経費（原価も含め）を下げることに、の二つしか方法はありません。極めて、シンプルで分かり易いことです。

今まで、一所懸命にコスト削減を進めた結果、会社は良くなりましたか？社員は、生き生き働いてくれていますか？残念ながら、じわじわと体力を消耗し、大事な社員の気力まで無くしかけている企業が大半ではないでしょうか。

総務や会計管理者、あるいは、関与税理士が、アドバイスしているのが、この「コスト削減」です。しかも、正しい事をしていると思っているので手に負えません。

コスト削減も、緊急避難で、短期的なら有効でしょうが、もう限界に来ています。

そもそも、ここに「社長」の努力や知恵は、あるのでしょうか？

社員から見て、コスト削減に血道を上げる社長と、時に、熱く経営理念を説いている社長の姿が一致しているのでしょうか？

そうです！もう、コスト削減という内部管理から、抜け出す時期に入ったのです。

大切なことは、収益の拡大、売上の増大という、本来の経営に戻ることです。

社長の最大の仕事は、「お客様訪問」です。社長が自ら、直接、お客様の要望を自分の耳と目で、お聞きし、我社の足りないところを、教えてもらうことです。

あの、創業の頃を、思い出して下さい。来る日も、来る日も、営業に回ったはずです。土日関係なく、時間も関係なく、走り回ったはずです。

あれから、10年、20年、30年経過しています。

「お客様訪問」の主な役割は、「表敬訪問」です。パンフレットを持って、新商品の売り込みに行くのではありません。

ですから、アポイントは無しです。「近くまで来ましたので」と行って、挨拶に回るのです。留守でも、いいのです。「また参ります」と言って名刺を置いてきます。名刺に、来た旨のメモを残せば、より良いでしょう。社長の名刺は重いのです。

もし、社長が、60代後半、あるいは70代で、「表敬訪問」がつかなくなっているとしたら、社長交代のタイミングです。早く、次世代にバトンを渡しましょう。

繰り返します。コスト削減は、「内部管理」です。営業こそ、「外部取引」で売上の源泉です。社長、お客様の要求に応えるという社長の本来の役割に戻りましょう。

社長の会社の決算書を良くするために、私どもが、全力で応援します。



今月のポイント

事業の成果はお客様から得られる。