

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

『一問一答で学ぶ会計の基礎』

松浦剛志他著

ファーストプレス 1,500円+税 197頁

経営者には会計の基礎的な知識が必要であるとはよく言われることです。そして、書店には会計の入門書があふれています。しかし、本書のような本は、たぶんほとんどありません。この本は、問題を解いていくことによって理解をしてもらおうという意図で書かれています。文章をいくら一所懸命に読んでもわからないことが問題を解くことで頭にすっと入ってくることはいっぱいあります。会計については特にそうだと思います。

3つ問題を抜粋します。やってみてください。

A~D に最適な用語を右の選択肢から選びなさい。

<p>+売上高 <u>△売上原価</u> 【A】 <u>△販管費</u> 【B】 +営業外収益 <u>△営業外費用</u> 【C】 +特別利益 <u>△特別損失</u> 【D】 <u>△法人税等</u> 当期純利益</p>	<p>選択肢 ①限界利益 ②通常利益 ③経常利益 ④税引前当期純利益 ⑤社内利益 ⑥管理可能利益 ⑦売上総利益 ⑧営業利益 ⑨永久利益</p>
---	---

(p.27)

解答：A⑦売上総利益、B⑧営業利益、C③経常利益、D④税引前当期純利益

売上総利益：「粗利益」（略して「あらり」ともいう。本業の商品やサービスそのものの

利益を表す。

営業利益：販売活動などの費用を売上総利益から差し引いた本業全体の利益を表す

経常利益：金融収支なども含めた会社全体の利益を表す

税引前当期純利益：通常の状態をはずれて発生した損益も含めた利益を表す

①と②とで利益が多いのはどちらか答えなさい。

①@100円で2個仕入れたものが、@220円で2個売れた。

②@100円で2個仕入れたものが、@400円で1個売れた。残った1個は明日売る予定。

※単価を「@」と表示する。 (p.31)

利益が多いのは②。

① 売上(440円)－費用(200円)=240円

② 売上(400円)－費用(100円)=300円

陥りやすい間違いは、②における費用を200円としてしまうもの。仕入れた金額が全額費用になるわけではない。費用になるのは、仕入れたもののうち売れた分だけだ。仕入れた金額全額が費用になるのでは、年度末の仕入によって、利益はいかようにも調整できることになってしまう。

次の1と2は、資産、負債、収益、費用のいずれであるか

1.社員が出張に行くので、当座の資金として渡した10万円

2.社員が会社に貸している20万円

(p.78)

1は、資産。社員が精算することによって、経費部分が経費になる。2は、負債。返済することによって消滅する。

いかがでしたか？できました？

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

経営強化法

『中小企業等経営強化法』という法律が7月1日に施行されました。一定の『経営力向上計画』を作成し、認定されることによって固定資産税の軽減措置や各種金融支援が受けられるというものです。

詳細はネットで『経営強化法 支援』を検索すると見ることができますが、ここで簡単に内容を紹介します。

まず、申請は、社長が自分で書けるように簡素化を図ったということで、申請用紙はA4用紙2枚です。さらにその中心である具体的な実施事項を記載するスペースはA4用紙1枚です。

では、どんなことを書けばいいのでしょうか？記載に苦労しそうなのは、次の1項目だけで、A4用紙半分ほどのスペースが割かれています。

「経営力向上の内容：実施事項（具体的な取組を記載）」

記入に当たっては、「事業別分野指針」というものが用意されていて、製造業、卸・小売業、外食・中食、医療、介護、自動車整備などの事業別に生産性向上の具体例などが記載されており、参考にすることができます。また、各種の助成金審査の際には、採択されやすくなるということもあるようです。

経営力向上と聞くと、とっつきにくい気もしますが、売上増加、利益増加と言葉を置き換えれば、すべての会社が考えなければならないことですから、この「経営強化法」を利用して、方策をまとめ、応募してみるのはいいことだと思います。

やってみようかと少しでも思われたら、澤根にご連絡ください。お力になれると考えています。

4P

マーケティングでは、販売増加を製品（Product）、価格（Price）、流通（Place）、プロモーション（Promotion）で考えることが一般的です。これを4Pといいます。

要するに、どのような商品、サービスを、どのくらいの価格で、どの店舗・販売戦略で販売するのか、そして、そのことをどのように宣伝し、販売促進をしていくのかを決めるわけです。

マーケティングを4つの事項の組み合わせで考えます。

<p>製品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様性 ・品質 ・デザイン ・特徴 ・ブランド ・パッケージング ・サイズ ・サービス ・保証 ・返品 	<p>プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売促進 ・広告 ・販売力 ・広報・宣伝 ・直接販売
<p>価格</p> <ul style="list-style-type: none"> ・標準価格 ・割引 ・許容度 ・支払期限 ・信用取引条件 	<p>流通</p> <ul style="list-style-type: none"> ・チャネル ・流通範囲 ・品揃え ・立地 ・在庫 ・輸送

例えば、「価格」を下げないことを前提にすると、「製品」では、サービスを向上させる、返品をしやすくする、「プロモーション」では、商品力の宣伝を強化する、「流通」では、品揃えをよくするなどです。

売上の増加は、いつでも大切な課題ですが、なんとなく考えるよりは、4つに分けて考えた方がいろいろなアイデアが出やすいでしょう。

（参考『大学4年間の経営学が10時間で学べる』高橋伸夫著、KADOKAWA）