



ごあいさつ

まだまだ暑い日が続いております。皆さまにおかれましてはご健勝にお過ごしのこととお喜び申し上げます。

この書面は、高濱税理士事務所(有)C&Aのニュースレターです。ご縁をいただいた皆さまに、私どもの活動を知っていただくとともに、今まで培ったノウハウと情報が、少しでもお役に立つことができればと配信させていただきました。

よろしかったら、ご一読いただき、ご指導ご鞭撻いただきますようお願い申し上げます。

壺の中から販売促進のヒントが
どんどん出てきます♪

販促ヒントの壺

500個売れるならいくつ作ればよい？ ～売れるのに売らない「-1の知恵」～

例えば、100万円の商品が500個売れる見込みが立っているなら、いくつ作れば（仕入れれば）いいでしょう？ 500個でしょうか？1000個でしょうか？

答えは「499個」です。

見込みよりも1個少ないところがミソ。なぜでしょうか？

なぜ、350台売れるのに 349台しか作らないのか？

500個売れる見込みがあるのに、1個少ないと、誰か一人は購入できません。そうすると、消費者はいつせいに「買い」に走るものなのです。商品を短期間で売りたいのなら、この「-1」のポイントになります。

このやり方を実践したのはフェラーリでした。1995年、創立50周年を記念して「フェラーリF50」を製作した際、事前にマーケットリサーチを実施。その結果「350台」という見込みが立ちました。そこでフェラーリは工場出荷台数を「349台」と発表。5000万円という高価格にもかかわらず、予約開始と同時に完売しました。これこそ「-1」のマジックなのです。



商品を売り切ることは優秀？

商品が売れたかどうか「-1」が目安になります。コンビニのおにぎりの例を考えてみましょう。次の3つのうち、本部からの評価が高いのはどのケースでしょうか？

1. 100個仕入れて、すべて売り切った
2. 50個仕入れて、49個売った
3. 200個仕入れて、180個売った

一見、1が優秀な気がしますが、答えは2です。1の場合、もっと仕入れていけばもっと売れたかもしれないからです。売れ残りが生じてはじめて、どれだけ売れるのか見込みが立てられるのです。「1個だけ売れ残る」というのは、最も理想的なケースといえます。

製造や仕入れの数量をどのくらいに設定するかを考える際、この「-1」のマジックを頭に思い浮かべてみてはいかがでしょうか？

連載 オレンジの壺(ほぼ実話)

熊本のある飲食店。

立地条件はいまいち。幹線道路沿いだけど、中央分離帯がじゃまをしている。お客さんは割りと多い。料理には自信があり美味しい。引き継いだ店舗なので従業員が残り、人件費かかりすぎ。サービスには自信あり。赤字の経営を引き継ぎ、どうにか黒字にしたいと試行錯誤していた。広告もたくさん出したが、一向に結果が出ない。ランチは割りと人気だけど、どうも数字がわからない。

そんな時、知り合いの紹介で会った人がいた。

「お客さん、100人いりませんか？」

「ええっ—？！」

そこで、早速お願いすることにして企画書と見積もり書をいただく。

「ん—、今のうちにとっては高い…」

100人は無理なので、まず30人から。これなら広告費より安い。とりあえず、3ヶ月お願いします。

そこで、しっかりと言われたこと。

「お客さんが来ても、リピーターにならないと繁盛はないんですよ。何か今までそのような仕掛けはありますか？」

…ない。味がよければまた来てくれると思ってた。でも、それだけじゃダメ。だったら困ってないはず。

「仕掛けをしましょう。クーポン券です。でもただのクーポン券ではないですよ」

おーそんな風に使うといいのか！早速、それをお願いします。

しかし、そこでまた

「それだけでは十分ではないですよ」

「またあ〜？」

「せっかく売上を上げていっても、支出が多いと利益はできません」

「当たり前だ」

「同時にコストを削減することをしましょう」

なるほど。でも一番経費の人件費は事情があって削れない。

はあ〜、前途多難なあ〜。

…続く。

税理士の視点で経営をサポート！

税務アドバイス

交際費でも全額経費になるものが・・・

中小企業において交際費は400万までは90%が経費になり、残り10%は税金の計算上経費にはならず、400万を超える分は全額経費にはなりません。(利益として計算します)しかしながら、平成18年度の改正で一人当たり5,000円の飲食費については一定事項を記載した書類を保存していれば経費として扱われます。

記載要件は

- ① 飲食等のあった年月日
- ② 参加した得意先の氏名及び関係
- ③ 参加した者の人数
- ④ その他参考となるべき事項

書類を保存しておくだけで節税になりますので是非活用してください。記入用のフォームは用意してあります。また、飲食費についても適用できるものとできないものがありますので、お気軽にご相談下さい。

事前決算を導入された企業を紹介します

“となりの芝生”は何とやら

- 売上は伸びてるのにお金が増えない
- 支払いを済ませると自分の給料が残らない
- 決算の時にならないと利益が出てるのか出てないのかわからない
- 広告を出さなければと思っているけど、いくら予算をとっていいかわからない
- 努力したけど赤字。本当の理由は別にあるの？

社長さんの悩みで一番多いのがこんなことですよ。早く解決して明るい未来を目指しましょう！

ケース1:

社員の方から目標達成のアクションプランを積極的に提案してくれるように！

私はこれまで財務的な部分に接することが少なかったため、はじめは本当に分からないことだらけでした。

数字が分かってくると、どういうやり方をしたら利益が出るのかが見えてくるようになってきました。社内に明確な計画数字を示すことで、社員のほうから目標を達成するためのアクションプランを積極的に提案してくれるようになりました。これは大きな成果でした。また、計画の進捗管理を毎月管理していくので、結果の見直しと今後の改善を比較的早い段階で行えるのが非常に良いと思います。

経営計画作成を始めてから気付いた事ですが、利益が出るかどうかは単純に言うと売上と変動費・固定費の三つを、どうバランスを取るかで利益が変わることが分かりました。それを意識して経営をするかしないかで結果が大きく変わるんですね。

まず取り組んだのは作業効率を上げる事。それまでは外注に出してしまっていたものを、作業工程や人、時間の配分を見直すことで自社内で処理出来る環境に作りかえました。外注比率が下がれば付加価値率は改善してきます。経費も見直してみると、それまで当然と思っていた支出にも無駄がある事が分かり、それらを大幅に削減しました。これも経費一つ一つの中身を吟味してみないと分からなかった事でした。改善可能だと思っ所はまだまだありますので、今後どんどん進めていきたいです。

☆決算は、確定申告のためにあらず。貴方の経営のためにあります。

熊本を元気にしたい経営者・後継者 集合！！

高濱三喜夫税理士事務所 有限会社C&A 主催

元気もん交流会 vol.2

のお誘い

ゲスト講話 + 懇親会

今回も必見！！ 通販に学ぶ消費者心理！

- 日 時 平成20年9月17日(水) 19:00~21:30
- 場 所 城西地域コミュニティセンター (C&Aすぐ近く)
熊本市島崎2丁目21-3 TEL 096-328-8828
- 会 費 3,000円 ■締切 平成20年9月15日

お申し込みはFAXで **096-325-1211**

お名前・会社名・参加者数をご記入ください