



みらい経営グループ

あなたの繁栄が私たちの喜びです！

税理士法人みらい経営レポート

〒456-0051 名古屋市熱田区四番二丁目14番34号

552号

今月の視点

**「日本では、中小・零細企業が98%です。弱者と呼ばれています」
その弱者でも、強者に負けない方法を勉強しましょう!!
～「差別化」で、まともに戦っては勝てない強者にも勝ちましょう!!～**

経営の5要素は、**ヒト・モノ・カネ・情報・時間**です。これが機能すると売上が伸びます。
その結果として、経営者ならば誰でも理想としている利益の出せる安定・継続する経営を達成することができるのです。

そして、この**利益を増やす方法は、以下の3つの方法**があります。

- 1. 値上げをする**：販売価格を上げることができれば利益を上げることができます。
※現状では、なかなか困難です。
- 2. コストダウン**：ムダを無くし、協力会社さんの仕入値を下げてもらうことなどです。
※中小・零細企業の販売量では多くのコストダウンは見込めません。
- 3. 売上を伸ばす**：利益＝売上単価×数量×利益率 です。
※中小・零細企業では、この売上を伸ばすこと以外ないでしょう。

では、**売上を大きく伸ばす方法は、以下の3つの方法**があります。

- 1. 市場創造**：今までに無かった新製品・付加価値を考え製品化すること。
※伸びている会社は、実践しています。
- 2. 市場奪取**：現マーケットがある中から自社へ独占的に取り込むことです。
※**大手競業強者がやらない・やれないこと**を行動し、狭い市場を奪取する。
い) **超マニアック市場**：大手は、市場が狭すぎて手を出したがない市場です。
ろ) **超狭い地域の市場**：経費を掛けても回収が見込めないと大手は手を出しません。
※大手は、大量生産(仕入)⇒大量販売が、基本です。
は) **お客様の心をくすぐる**：大手は、自ら時間が掛かる戦略は取りません。
※大手は、宣伝・ブランド力を駆使してお客様を取込みます。
- 3. 差別/ニッチ化**：商品・付加価値・梱包量・混入・時間帯などの差別化があります。
ニッチ(隙間)化も、中小零細企業の有力な**選略**です。

後は、貴社が何をすべきかを決め、どうやって行動するのか、次ページの表を参考に、
多くの人を巻き込んで仕組みを創り、組み立てましょう!!

さあ! 売上・利益UPしましょう!!

売上・利益UPアドバイザー 上 野 宏

【貴社の立場から見た】 競合他社の立場⇔お客様の立場⇔協力会社の立場

背 景	① コロナ禍において、殆どの会社が売上・利益を減らし、赤字決算を迎えることとなっているが、我々は、是が非でも避けたい。 ② 今まで普通に仕事として成り立っていた仕事が、全く無くなってしまっているケースも出てきた。 ③ 資金繰りが悪化して、協力会社さんへの支払いが遅れそうだ・・・ ④ コロナ収束後まで、生き残り戦(選)略をどうしたらいいのだろうか？ ⑤ 生き残った会社が、溜まりに溜まったストレスを発散する膨大な顧客ニーズを受注出来ることになる。			
戦略/選略	強者の「戦略」	弱者の「選略」	お客様の「選定眼」	協力会社の立場
あるべき姿 (表の目的)	【お客様に対して】 豊富な資金力を武器にして、イメージを良くするために有名人を使用して宣伝を頻繁に行う。 大量生産(仕入)・大量販売で、低価格を武器に市場を奪う戦略をする。 社会貢献をアピールしながら企業イメージアップを図っていききたい。	【お客様に対して】 表面的イメージだけでなく、内面的イメージを善くして、お客様の心に訴えることをする。 ・戦わずして、自社を選んでもいただける「選略」をとる。 ・価格競争に巻き込まれない。	【C to B】 【B to B】 ＊同じ商品ならば安い方がよい。 ＊アフターフォローがしっかりしている。 ＊いろんな情報やサンプルが豊かである。 ＊ネームバリューがあった方が安心感があり、ありがたい。	【販売納入会社様に対して】 ＊自社が、一番で相談をいただける親密なパートナー会社であること。 ＊売上個数・引合い種類も断トツ一位の売上額を誇る会社であること。 ＊競合他社と見積等で争っても、受注いただける親密なパートナー会社であること。
	【競合他社に対して】 ＊圧倒的な資金力で、 ・宣伝広告力で知名度を ・大量生産(仕入)大量販売などで、追従でない低価格戦略で、競合他社をねじ伏せる。	【競業他社に対して】 ＊強者のやらないこと。 やりたがらないことを「喜んで行動」する。 《例》 ・面倒くさいこと。 ・超ニッチ市場を狙う。 ・競合他社の営業時間外の行動をする。 ・差別化・ニッチ選略		
ありたい姿 (裏の目的) 本音	【お客様に対して】 手間なく、スムーズに継続受注出来るようにしたい。 (低価格保証により、他社よりも絶対に安いをアピール)	【お客様に対して】 低価格競争に巻き込まれないように、競合他社の出来ない差別化・ニッチを見つけ出し、利益を確実に確保したい。 (会社規模が小さいので、あまりガツガツしなくても、利益確保は難しくない)	【B to B】 いつもの流れで、リピート商品を発注している。 ※発注担当者がよく入れ替わるので、いつもの流れが楽なのだ。	【販売納入会社に対して】 ＊販売商品の回収が指定日に必ず入金されていて、信頼のあるお客様である。 ＊取引業社の中で一番の良きパートナーとして我社を扱っていただけているお客様である。 ※であれば、もっともっと協力させていただけるのに・・・
	【競業他社に対して】 競合他社のお得意様を略奪してでも受注(売上・利益)アップを目指したい。	【競業他社に対して】 低価格競争を避けるが基本。リピート受注商品は、ある程度低価格販売が必要であるが、何か付加価値・差別化を付けて+αの売上・利益を上乘せしたい。 (※競合他社は、面倒なことは大嫌いだ。)		
	【協力会社に対して】 競合他社が親しくしているお客様を自社のお客様にするためには、共通取引のある納入協力会社をこちらサイドに引き込む必要がある。	【協力会社に対して】 大手の競合他社よりも良い条件での取引は無理と心得てはいるが、その差が余りにも大きくないことを望みたい。 ※その手段として、支払い条件厳守など。		

戦略/選略	強者の「戦略」	弱者の「選略」	お客様の「選定眼」	協力会社の立場
現 状 と 問 題 点	【強者の現状】 ・コロナ禍においても社員の年収も高く、福利厚生も手厚く・労働条件(時間)も厳しい中で、何が何でも莫大な利益を上げ続けなければならぬ。 ・最近、しきりに大手企業が、社員数の適正化に着手している。このまま社員を雇用していても、ニッチモサッチモ行かないのを見えている。だから、莫大な違反金(上乗せ退職金)を積んでも雇用数適正化に賛同して欲しいとのことである。	【弱者の現状】 ・コロナ禍において、売上も利益もガタ落ちである。 ・販売先であるお客様もガタガタである。 ※但し、それなりの売上と利益を確保すれば、赤字を阻止出来る数字であるので、何とかなるはずである。 ※利益獲得予定行動・計算書の作成	【お客様の現状】 C to B ・コロナ禍において、給料UPが見込めない。だからお小遣いが減少し、ムダ遣いが出来なくなり、シビアーになってきた。	【協力会社の現状】 ・売掛金の回収が、遅れ気味になってきている。 ・値引き交渉を、頻繁に依頼されるようになってきた。
	【強者の問題点】 ・コロナ収束後の生活環境を考慮した時、どうなるのかを考察して、今まであったマーケット市場の激縮小化を写し出した時、どうしたらよいのか？を考え行動する時が訪れた。 ・良い時期は、莫大な利益を得ることが出来るが、逆に悪くなった時には、莫大な損失を計上することになる。 ・毎月継続の人件費や賃貸料などで、膨大なコストダウンを検討しなければならぬであろう。	【弱者の問題点】 ・コロナ収束後の生活環境を考慮した時、どうなるのかを考察して、今まであったマーケット市場の激縮小化を写し出した時、どうしたらよいのか？を考え行動する時が訪れた。 ・生き残り選略を熟考し、計画し、行動するしかない	【お客様の問題点】 C to B ・一般客さんは、収入が上がりないと購買力が縮むので、コロナ収束待ちであろう。	
要望実現策 & 問題解決策 具体的に 何をするのか？	さあ！貴社の儲かる、仕組み創りを組み立てましょう！！	さあ！貴社の儲かる、仕組み創りを組み立てましょう！！	さあ！貴社の儲かる、仕組み創りを組み立てましょう！！	さあ！貴社の儲かる、仕組み創りを組み立てましょう！！

いろいろな立場を考察して、貴社のみらいの仕事を確立し、売上&利益UPしましょう！！

日本の少子化、出生数が減り続けている!!

前年、日本の出生数は約2万4千人減り、約84万人と過去最少を記録し、低下は5年連続2007年以来の低水準で、今年は80万人を割るかもしれません。

出生数をこのまま放置すれば、人口減少という危機に直面し、少子高齢化社会がますます進みます。出生の急速な減少は社会や経済の活力を奪い、年金制度・医療制度の維持を難しくします。先ずコロナ禍の収束、そして男性の子育ても重要です。

何よりも、子どもを持ちたい、という若い世代の思いに私たち国民をあげて応えるべきです。不妊治療の保険適用が22年4月からスタートします。

今年1月から「1回36万円まで」と助成額を2倍、生涯で最大6回まで治療が可能となります。

もちろん、政府の役割も大きく、出生数・出生率アップに向けて官民をあげて応えるべきです。

月次支援金6月中旬に申請

【対象】

- ① 飲食店の休業・時短営業又は外出自粛等の影響を受けています。
- ② 21年の月間売上が、19年又は20年の同月比で50%以上減少している。

給 付：19年又は20年の基準月売上 ⇔ 21年の対象月の売上
上 限 中小企業 20万円/月 個人事業 上限10万円/月

申請期間：4・5月 ⇒ 6月中旬 ～ 8月中旬
6月分 ⇒ 7月1日 ～ 8月31日

※ 経済産業省のホームページを参考にしています。

6月の税務と労務

- | | |
|------------------------|-----------|
| ・ 4月の決算法人の確定申告、消費税など納税 | 期限(6月30日) |
| ・ 10月の決算法人の中間申告、納税 | 期限(6月30日) |
| ・ 10月の決算法人の消費税の中間申告 | 期限(6月30日) |
| ・ 5月分源泉所得税納付 | 期限(6月10日) |

税理士法人みらい経営（発行元）

税理士・中小企業診断士 社会保険労務士・行政書士 石 川 光 男

〒456-0051 名古屋市熱田区四番二丁目14番34号

TEL 052 (651) 6000 FAX 052 (652) 0066

ishikawa@ishikawakk.or.jp

<https://www.mirai-kg.com/>