

オフィスの窓から

神谷繁



「年齢に関係なく、うまく経営をしている経営者とうまいでない経営者がいる。なぜだろうか」。私は銀行員の頃、そんな疑問を抱いていました。経営者には「経営センス」というものがあるのではないかと。ではその経営センスはどこから生まれてくるのかと、常に考えていました。

その後、中小企業診断士として独立し、経営指導を行いながら、多くの経営者の方々とお話をしています。見えて

経営改善 ツボ見極める

きたことがあります。

経営をうまく行っていくためのポイントは大きく分けて二つ。一つ目は、経営母体となる「自走する組織」をしっかりとつくること。そして二つ目は、経営者が「経営のツボ」をしつかり押さえることだと感じました。そこで今回は、これまで担当した顧客の「経営改善のツボ」について振り返りたいと思います。

順調に利益を出し続けるために注目すべき数値があります。専門用語で「KPI(重要業績評価指標)」と言います。文字通り「業績」を「評価」するための「重要」な「指標」で、売上高や利益だけを見るのではなく、その利益を安定的に上げていくために常に押さえていかなければならない数字となります。

例えば建設業の場合、常に一定数以上の案件情報をKPIと捉えれば、売上高が安定

します。小規模の建設業で、200万円以下の小口案件の数をKPIで定めたところ、安定した利益が出ました。建設設備会社では、工期の短い工事をKPIと捉えて情報を集めたところ、同じ従業員数で利益が1・35倍に増えました。大きな工事に目が行きがちですが、ニッチで競争が少なく、より効率の良い案件を集めることで利益につながったケースです。

KPIはさまざまな業種で活用されており、教育関連ではホームページへの訪問件数と滞在時間数、介護事業所は登録者数、運送業は車両台数と運転手数、小売店はイベント数、飲食店(弁当)は来店客数と食材廃棄率などを指標としています。直接売上高を増やすことを考えるのではなく、KPIを考えて取り組んではいかがでしょうか。

次回は美崎信二氏(美崎牛本店社長)です。