

会社でコストダウン したいなら この3つからやらないと 無理です!



やらないとコスト削減 とやらないとコスト削減

▼コスト削減の背景とリスク
平成のバブル崩壊以降、日本ではリストラやコスト削減が盛んに行われました。しかし、これらは一時的には企業に利益をもたらしましたが、中長期的に見たときには企業の成長に結びつかず、日本企業の成長を阻害する要因にもなっています。インフレ時代の中、無駄なコストは減らすべきですが、無理なコスト削減は、企業の競争力を削ぐ可能性があります。そのため、コスト削減にはやってもよいコスト削減とやってはいけないコスト削減があり注意が必要です。

▼コスト削減の具体的なポイント

コスト削減を行う際には、大きく分けて以下の3つのポイント

イントをチェックする必要があります。

1 変動費のチェック

最初に注目すべきは「変動費」です。変動費とは、売上が伸びれば増えて、売上が減れば減る費用。具体的には、仕入や外注費。売上総利益は売上から仕入れを引いたものであり、仕入れコストが高ければ利益が圧迫されます。

仕入の交渉は私も元売社員としてさんざんやってきました。利は元にあるとの考えはあるので、仕入れ交渉はしっかりすべきです。ですが、あまり仕入だけにとらわれすぎると危険です。例えば「仕入ロス」。油外商材の在庫を管理しておらず、ピットの裏に無駄な在庫が大量に発生しているSSを見たことがあります。在庫は利益を直接的に圧迫します。仕入段階からチェックし、在庫をミニマム化しましょう。また、外注費

が、一律に〇%削減のような

策はとってはいけません。1案件ごとに、この販促費は役立っているか、この広告は客を呼べているかと丁寧に検証します。その上で必要なら存続、不必要なら削減としてください。

▼まとめ

以上、コスト削減のポイントをまとめました。やってもよいコスト削減とやってはいけないコスト削減を見極め、利益を最適化していきましょう。

石原 尚幸
代表取締役
(株)プレジデントビジョン

いしはら・なほゆき。1973年生まれ、愛知県名古屋市出身。96年、上智大学経済学部経営学科卒業後、出光興産に入社。京都支店、関東第二支店を経て05年本社・販売部企画課に配属。08年に独立起業し、2012年法人化した。

も見逃されがちな費用。内製化と外注化、どちらが費用対効果が高いかを見極め、最適なバランスを取ることが必要です。

2 人件費の最適化

次に重要なのは「人件費」です。人件費＝直接人件費＋間接人件費で表せます。

直接人件費とはお金を稼いでくれる人件費、つまり営業系の社員人件費です。一方、間接人件費とはお金を直接的には稼げない人件費、つまり、スタッフ系の人件費です。

SS業界では直接人件費となるSSスタッフについては、ローテーション管理、さらにセルフ化まで人件費のミニマム化を図ってきました。

ここから先直接人件費を減らすことは売上減につながる可能性があり、得策ではありません。むしろ、ここに来て増えてきているのは間

接人件費です。著者の顧問先でも油外商材も増え、事務作業が増える中で、事務を行う間接人件費が増加しています。これに最低賃金上昇が重なり、間接人件費が収支を圧迫しはじめています。放置しておけば事務作業は増え続ける一方です。

これに対応するには業務棚卸が有効です。下記の手順で業務をミニマム化することで、間接人件費のミニマム化に取り組んでいます。

- ①業務書き出し 今やっている仕事をすべて書き出し見える化する
- ②業務分析 今の仕事でやめても良い仕事、マニュアル化できる仕事を抽出
- ③システム化 標準化できる

仕事は、システム導入、外注化して時給@の高い社員の手を離す

この手順を経ることで間接業務はミニマム化でき、人件

費の最適化が図れます。

3 その他の固定費

その他の固定費は戦略費、運営費、設備費が含まれます。インフレになりコスト削減が注目されていますが、むやみやたらに減らせばよいものではありません。

減らしてよいコストには、運営費、設備費があります。運営費では、携帯電話などは業者に依頼すれば最適なプランを紹介してくれます。設備費に関しては、保険の見直しも重要です。プロのFPに相談することで、火災保険、賠償責任保険などの損害保険は最適化が図れます。

一方、安易に減らしていけないのは販促費や広告宣伝などの戦略費。これは実際には売上に連動する変動費であり、安易に戦略費を減らしたことで売上が落ちてしまった事例をいくつも見ました。メスを入れる必要はありません。