

# 実例から見た 高収益企業の 生産性アップ法

アンビシャス株式会社  
代表取締役・税理士 入口純子



# 自己紹介

---

- アンビシャス株式会社 代表取締役
- 入口純子税理士事務所 所長税理士
- AFP(ファイナンシャルプランナー)
- 登録政治資金監査人
- 成年後見人資格
- 経済産業省認定経営革新等支援機関
- 帝国データバンク契約コンサルタント
- 一般財団法人日本プロスピーカー協会  
認定 ベーシックプロスピーカー



# 自己紹介

---

## 実績及び主な講演

- ・税務・会計顧問先企業85社  
事業再生支援先企業68社  
事業再生後関与先企業の89%が3年以内に黒字化！
- ・商工会議所経営指導員、金融機関支店長・融資担当者  
経営者に対する事業計画、会計に関わるセミナー
- ・小学生に対する租税教室

# 生産性とは

---

資源から付加価値を  
生み出す際の効率の程度

簡単に言うと 

一定の資源からどれだけ多くの  
付加価値を生み出せるか

# 付加価値とは？

---

企業による事業の結果として生み出された  
製品・サービスなどの価値の中で、  
それぞれの会社がその活動自体から  
生み出し、付け加えた価値

(グローバル)

# 付加価値とは？

---

簡単に言うと 

卸売業、小売業なら = 売上総利益

製造業なら

= 売上総利益 + 労務費 (製造にかかる人件費)  
+ 減価償却費

## 損益計算書

売	上	高		5,000		
売	上	原	価			
	期	首	卸	高	1,500	
	商	品	仕	入	高	2,000
				計	3,500	
	期	末	卸	高	1,000	
					2,500	
<b>売上総利益</b>				<b>2,500</b>		
= 付加価値						
販売費・一般管理費				2,000		
営業利益				500		

# 損益計算書

売上高		5,000
売上原価		
期首棚卸高	100	
商品仕入高	500	
<b>当期製造原価</b>	2,000	<b>内訳</b>
計	2,600	
期末棚卸高	100	2,500
<b>売上総利益</b>		<b>2,500</b>

## 製造原価報告書

材料費		
期首材料棚卸高	200	
原材料	400	
計	600	
期末材料棚卸高	100	500
外注加工費		100
労務費		1,200
製造経費		200
<b>当期製造原価</b>		<b>2,000</b>

# 損益計算書 (PL)

売上高		5,000
売上原価		
期首棚卸高	100	
商品仕入高	500	
<b>当期製造原価</b>	2,000	
計	2,600	
期末棚卸高	100	2,500
<b>売上総利益</b>		<b>2,500</b>
<b>労務費</b>		<b>1,200</b>
<b>減価償却費</b>		<b>100</b>

**= 付加価値**

# 製造原価報告書

材料費		
期首材料棚卸高	200	
原材料	400	
計	600	
期末材料棚卸高	100	500
外注加工費		100
<b>労務費</b>		<b>1,200</b>
製造経費		200
<b>減価償却費</b>	100	
電力費	80	
消耗品費	20	
:		
当期製造原価		2,000

内訳

足し戻す

付加価値とは？

---

給与の源泉となる

経 済

---

価値と価値との交換



# 生産性アップの2つの意味

---

企業成長

社会貢献

GDP って何でしょう？

---

Gross Domestic Product  
国内総生産

**一年間に生み出された  
付加価値の総額**

日本の名目GDPは？

---

5 5 2 兆円

# 世界のGDP トップ3は？

---

1位	アメリカ 	19兆4千億ドル
2位	中国 	12兆ドル
3位	日本 	4兆9千億ドル

1人当たりGDP 世界 1は？

---

1位 ルクセンブルク  105,800ドル

アメリカ		59千ドル	8位
中国		8千ドル	74位
日本		38千ドル	25位

ルクセンブルクGDP は 世界72位

## 参考 GDP トップ3 国の人口

中国		13億9000万人	1位
アメリカ		3億2600万人	3位
日本		1億2700万人	10位

人口世界第2位は インド13億1700万人

GDP (国の生み出す付加価値)  
どうしたら上げられるのか??

---

- 1人当たりの生み出す  
付加価値を増やす
- 人口を増やす

# 企業の付加価値を アップさせるには？

---

$$\text{付加価値} = \text{1人当たりの付加価値 (A)} \\ \times \text{社員数 (B)}$$

A が労働生産性  
= 1人当たりが稼ぎ出す金額

企業の付加価値(儲け)を  
アップさせるには？

---

**生産性向上が**

企業成長には不可欠！

1 人あたりの付加価値(粗利)を  
アップするには？

---

1 人あたりの粗利益額 = 粗利益額 ÷ 社員数

つまり、

- 1 . 粗利益額を増やす
- 2 . 社員数を減らす

# 付加価値(粗利)をアップするには？

$$\text{粗利益額} = \text{商品 1 個あたりの粗利 (A)} \times \text{数量 (B)}$$

$$\text{商品 1 個あたりの粗利} = \text{売価} - \text{原価}$$

つまり、粗利益額を増やすには

- 1 . A を増やす (売価と原価の差を広げる)
- 2 . B を増やす (数多く売る)

(A) 1個あたりの  
粗利を増やすには？

---

- 1 . 売価を最大限に引き上げる (C)
- 2 . 原価を最小限に引き下げる (D)

経営者が「経営」をする。

# 経営者が考えるべきこと

---

粗利を増やすために、当社がとるべき戦略は？

- 1．売価を上げる？
- 2．原価を下げる？
- 3．売る数量を増やす？

# 経営者が考えるべきこと

---

- 1．どうやって売価を上げる？
- 2．どうやって原価を下げる？
- 3．今の人数で、どうやって数量増やす？

なぜ数量が増えない？販売(営業)に問題があるのか？  
それとも仕入(生産)に問題があるのか？ 等々...

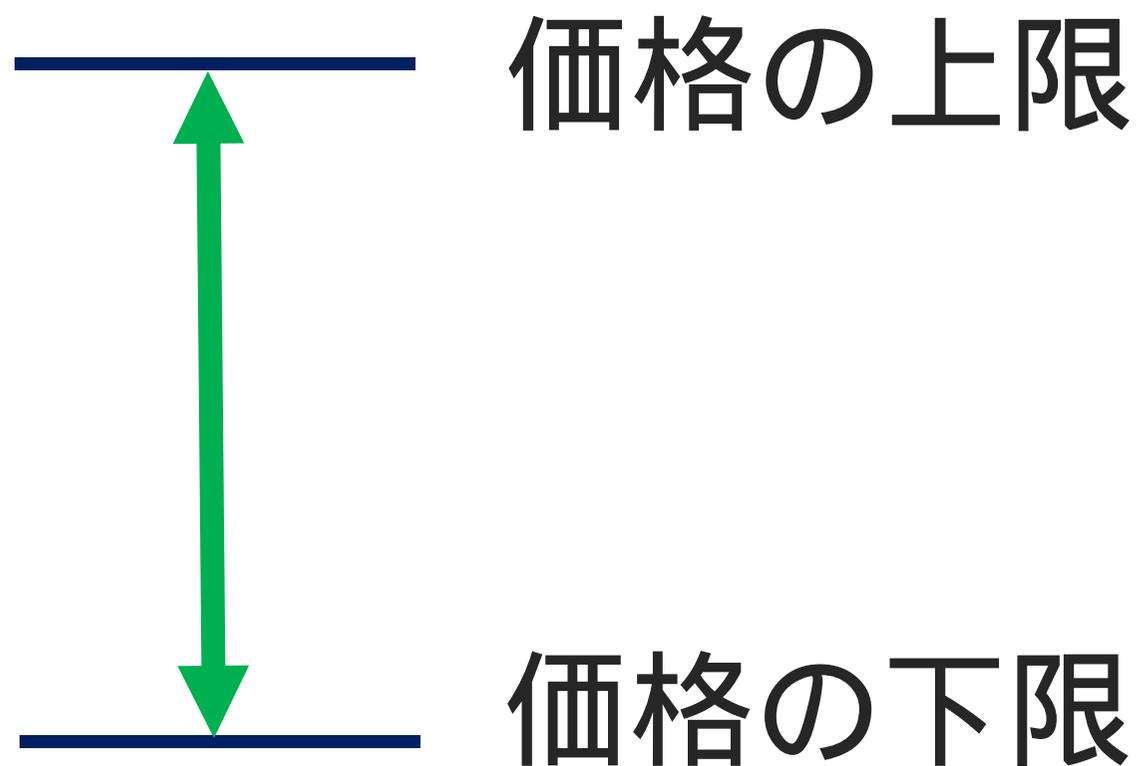
# 事例 1 : 売価を上げる戦略

---

## (製造業)

# 価格戦略

---



# 参考：売価を上げる戦略

---

## (サービス業)

# サービスの価値を差別化

---

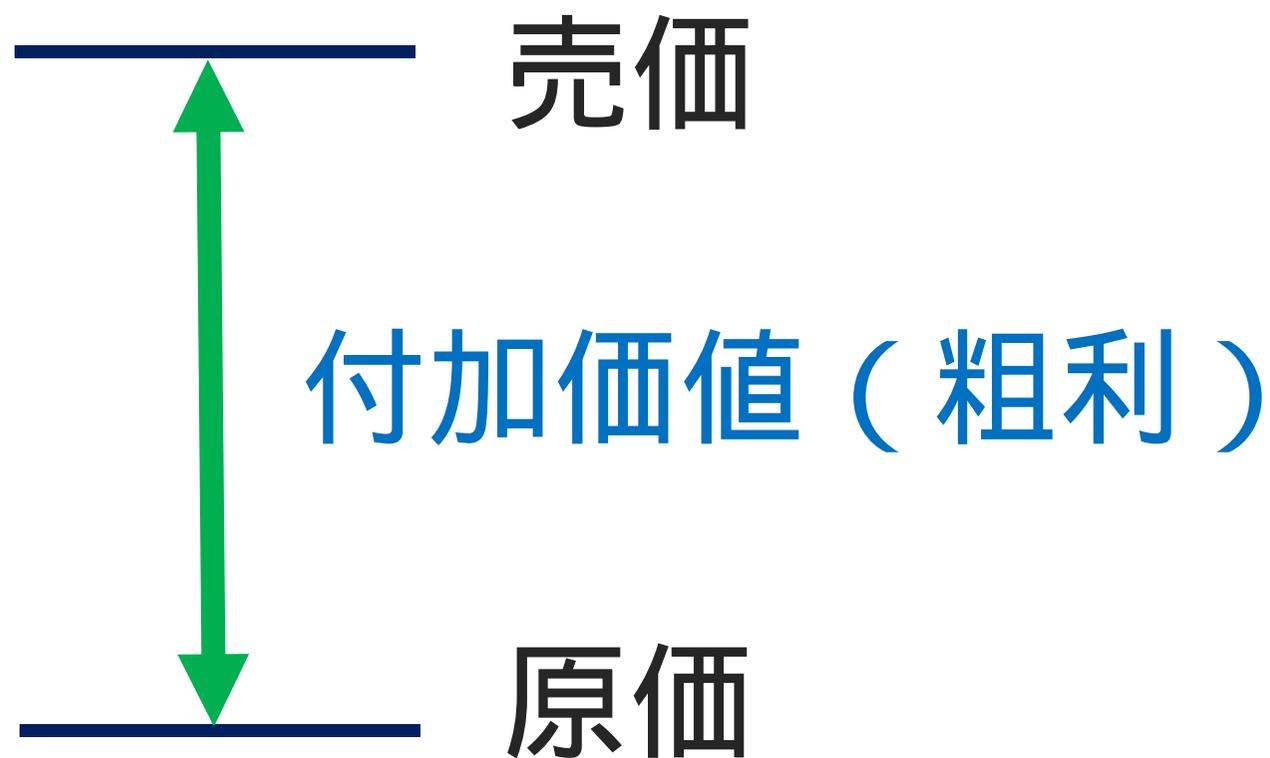
## コンセプト

### サードプレイス（第3の場所）

家と職場、家と学校の間  
の第3の居場所を提供する。

# 価格戦略

---



# 事例 2 : 原価を下げる戦略

---

## ( 運送業 )

なぜ、企業を成長させるのか？

---

成長 = 生み出す付加価値の増大

成長とは、社会への価値の提供  
社会を豊かにする手段

# 企業を成長させる経営

---



# 企業を成長させる経営

---

- ✓ 事業の目的
- ✓ ビジョン（未来像）
- ✓ 理念・ビジョン実現のための戦略
- ✓ 理念・ビジョン・戦略の数値化
- ✓ 戦略を実現するための組織づくり
- ✓ 毎月の達成管理の習慣化

生産性向上とは