

～会計を通じて人に幸せを～

Hirai's レビュー

2011年4月号 (No. 28)

平井会計事務所 税理士 平井満広
〒108-0023 東京都港区芝浦4-22-1
芝浦アイランドエアタワー1704号
電話:03-3452-7082 Fax :03-6303-3350
Mail:m_hirai@hirai-ao.com
URL:http://www.hirai-ao.com/

全社一丸で取り組もう！上手な目標の立て方

4月は始まりの季節。新たな事業年度を迎え「いい1年にするぞ！」と意気込んでいる社長も多いと思います。社内の士気を高めるには、社長の意気込みも重要ですがそれだけだと空回りしがちです。全社が一丸となるためには精神論だけでなく、会社がこの1年で目指す基準(=目標)を明確にする必要があります。そこで今回は組織をまとめるための上手な目標の立て方をご紹介します。

◆数字目標を立てる

会社に限らず組織がまとまるためには誰が見ても分かるような「明確な目標」を立てる必要があります。例えば、運動部なら「もっと強くなる」というようなあいまいな目標だと、部員ごとに考えがまとまらない可能性があります。しかし「県予選ベスト4」といった具体的な目標ならば、部員ごとの考えのバラツキを小さくできます。同じように会社でも「よい会社にする」、「喜ばれる会社にする」といったあいまいな目標よりも、「売上〇億円」「シェア〇位」といった明確な数字目標を立てる方が、社員の考えをまとめやすくなります。『数字目標を立てるのは気が引ける』とおっしゃる社長もいらっしゃいますが、経営トップが弱気になっては始まりません。周囲の評価を気にせずに、堂々と数値目標を立てましょう。

◆数字目標を細かくする

全体の目標を立てたら、次は個別の目標を設定します。いくら「県予選ベスト4」という明確な目標があっても個別の目標がないと、各人が何をすべきなのか分からず、全体目標も絵に描いた餅になってしまいます。投手なら「毎日投込み〇球」打者なら「毎日素振り〇回」などの細かい目標を立てて、各人のやるべきことを明確にすることも大切です。会社であれば全体の目標を、

①担当者や店舗ごとに「分担」する

②曜日や商品ごとに「分類」する

③単価や数量、時間などに「分解」する

といった工夫をして、目標を細かく分けましょう。

業種別の目標の分け方は次のようなものがあります。

【製造業・卸売業】

(売上)

担当者・商品ごと等の単価・数量の目標を設定。

(原価・経費)

拠点・商品ごと等の変動費・固定費の目標を設定。

変動費のうち原料費等は単価・数量(受払い・ロス・在庫

も含む)の目標を、人件費は時給・生産効率(時間当りの生産量や売上、利益など)等の目標を設定。

【小売店・飲食店】

(売上)

店舗・曜日・時間帯・商品ごと等に客単価・購入客数の目標を設定。店舗ごとの目標は地域や家賃、売り場面積を考慮して分担。

(原価・経費)

仕入や原材料費等は単価・数量(受払い・ロス・在庫も含む)の目標を、人件費は時給・接客効率(購入客数当りのスタッフ人数)等の目標を設定。

【建設業・システム開発】

(売上)

担当者・得意先ごと等の目標を設定。さらに、売上だけでなく、担当者ごとに注文額・件数の目標を設定。

(原価・経費)

案件・費目ごと(材料費、人件費、外注費など)等の目標を設定。

【運送業】

(売上)

エリア・得意先・ドライバーごと等の単価・件数の目標を設定。

(原価・経費)

燃料費は単価・購入量の目標を設定。人件費・外注費は台数効率(1台1日当りの売上や距離)等の目標を設定。

【サービス業】

(売上)

サービスの内容・得意先・担当者ごと等の単価・件数の目標を設定。

(原価・経費)

サービス内容ごとの時間効率(作業1時間当りの売上)等の目標を設定。

◆できる範囲で

数値目標の話をするのと、とことん細かい目標を立てようとする社長がいらっしゃいますが1点注意が必要です。設定した目標は実績の進捗管理を行う必要があるので実績管理ができない目標は設定してはいけません。管理能力に合わせて、無理なく細かい目標を立てましょう。

※このお便りは名刺の交換をさせて頂いた方にお送りさせて頂いております。ご不要の場合はご連絡ください。

☆ ブログもご覧いただけたら幸いです。(平日毎日更新)⇒http://blog.goo.ne.jp/hirai_tax/