

# 経営支援ニュースレター

Tokyo  
Metropolitan  
Consulting  
Group

※※御社の経営に役立つ情報を、毎月わかりやすくまとめてお伝えします※※

<今月の主な内容>

- 売上 10 億円を目指す本に、反響あり！
- 10 年間で 1400 億円ー事業のセンターピンを見抜け
- 当社の今後の活動

付録：カンタン解説シリーズ「中小企業の会計に関する指針案」その 1  
9月「TMCG 経営セミナーズ」のご案内

東京メトロポリタン税理士法人

TMコンサルティング(株)／(株)クイック経営

代表／税理士 北岡 修一

## ゼロから10年間で1400億円の売上！一体どうやって？

こんにちは。税理士の北岡修一です。

それでは、今月も張り切っていきましょう！

### ■ 2億円を10億円に、の反響

5月号のメルマガで、「売上2億円の会社を、10億円にする方法」という本を紹介しました。同時にそれに取り組む考え方を私なりに書きましたが、これが結構反響ありました。反響といっても、「**実は北岡さん、あの本私買って、常に持ち歩いているんですよ。**」と言って、こっそりカバンから出して見せてくれるんですね。そういう社長が何人かいました。まあ、密かな反響というか...でも紹介した本を読んでもくれていると、とっても嬉しいですね！

せっかく会社を作ったのだから、ある程度の会社にしたい、というのはどんな社長でも思っていると思います。でも、なかなか思うようにはいかないの、「**ウチはこの程度でいいんです。あまり大きくするとかえって...**」なんて、変に納得している社長もいます。納得しているというか、自分に言い聞かせているという感じですかね。もちろん職人的なことをコツコツやっていきたい場合は、それでいいと思います。自分の道を極めるという生き方は、当然あると思います。たまたま、それを会社組織にただけの話です。

ただ、やはり事業をやる会社を作ったのであれば、

私は、**会社は成長を目指すべき**と思います。そうでないと、中にいる社員も面白くないじゃないですか。その成長を表す1つの指標が売上目標です。

### ■ 売上を目標にする是非

先日、いつも読んでいる大前研一氏のメルマガに、「**売上を目標にするのは、あまり良くない。売上は結果に過ぎないのだから。**」というようなことが書いてありました。あの大前研一氏が言うくらいですから、確かにそういう面はあると思います。単なる数字を追いかけるだけなら。大前氏が言っていたのは、今回のユニクロの玉塚社長解任、柳井氏社長復帰にあたってのコメントの中でです。ユニクロの柳井氏は以前から、「**売上一兆円計画**」というのを表明しています。今回、玉塚氏を解任したのは、本年度計画4,000億円を達成できなかったことがその原因と言われており、そもそも「**売上一兆円計画**」はいかがなものか、ということです。実際、玉塚氏は社長として、17年8月期売上 3,808 億円、経常利益は減益といえども 582 億円を見込んでおり、立派な数字です。2010 年までに1兆円必達に固執するあまりの交代劇であれば、確かに大前氏が疑問を呈するののもっともです。

ただ、だからと言って売上を目標にすることは良く

ないというのは、違うのでは？と思います。

たとえば売上10億円を目標に立てたとします。そうすると当然、売上10億円にするには何をしたらよいかと考えるようになるでしょう。そもそも自分の会社は何をして、売上を上げる会社なのか。どういうことでお客様や世の中の役に立つのか、それを考えることになると思います。また、10億円になったとしたら、どういう組織でないといけないか、どういう商品やサービスがないといけないか、どういう販路が必要なのか、そしてどういう人が必要なのか... そんなことをいろいろ考えることになります。

### **売上を目標にするということは、それをきっかけにして、会社自身のあり方を見直す、ということです。**

会社を設計しなおす、ということですね。そして、これらを実行した結果として、売上が10億円になり、目標を達成することができるわけです。

だから私は、**売上目標は「きっかけ」**なんじゃないかと思います。売上目標を達成すると、会社の中身(人や組織や商品やしくみ)も、もの凄く成長している。当然、お客様や世の中の役にもさらに立つようになっている。そんなふうには売上目標を使えば、すばらしい会社になるのではないのでしょうか？

売上目標のいいところは、何しろ**わかりやすい**ということですね。だから、是非私は皆様の会社も売上目標を持つことをお奨めします。

まだ、冒頭の本を読んでいない方、先月号からのニュースレターを読んでいるので知らない方、次の本を読んでみてください。



「売上2億円の会社を  
10億円にする方法」

著者:五十棲 剛史

出版社:ダイヤモンド社

価格: 1,500 円(+税)

初版: 2005/3/10

この本、成長を目指す中小企業の「バイブル」と言ってもいいくらいです。

## ■売上は勢いである

売上の話をもう少し。私が独立の頃からお世話になり、以前私と一緒に仕事をしていた山根節氏(公認会計士。現在、慶応義塾大学大学院教授)が、次のようなことを言っていました。

「売上は勢いだよね。これは大事にしくちやいけな。たとえば、急成長するベンチャー企業。彼らは時代の波にも乗ってガンガン売上を伸ばす。でも、組織や管理がまったくできていないし、追いついていかないから、社内は混乱するし、売上の回収もれあり、経費の管理もできていない。売上が伸びる程に資金は増えていかないし、支出はどんどん先行するから資金繰りも苦しくなる... でもね、売上を増やせる時はガンガン伸ばさないとダメだよ。管理は後追いで何とかなるもの。勢いのあるところには、人が集まってくるから、助けてくれる人も出てくる。そんな助っ人が私達の役割でもあるけどね。

たとえてみれば、水道と穴のあいたコップみたいなもの。穴があいていて水が漏れても、蛇口から出る水の量の方が多ければ、水は増えていくもの。蛇口から出る水の量が減ってきたらはじめ、穴をふさいでいけばいい。」

ずい分前の話なので、覚えていること+かなり創作してしまいましたが、大体上記のような話です。異論はあるかも知れませんが、ベンチャー企業にとって、勢いやスピードと言うのは大事です。もちろん、資金繰りはつかないと会社が行き詰ってしまいますから、必死で考えることになります。でも、考えに考え抜いて、知恵を絞れば何とかなるものです。まずは、売上を上げて会社の良い流れを作っていく。そ

れをやりながら、業務や管理などの仕組みを作っていくのですね。ある程度の仕組みができれば、あとはやりながら改良していく、とういのが成長していく過程でしょう。

## ■事業のセンターピンを見抜く

今朝、新聞を見ていたら、グッドウイルグループの折口会長の本の広告が出ていました。介護サービスのコムスンを立ち上げたことでも、有名な方です。折口氏が書いた初めてのの本ということで、興味があり、早速買ってきて飛ばし読みしてみました。



「プロ経営者の条件」  
ゼロから10年で1,400億円...  
著者: 折口 雅博  
出版社: 徳間書店  
価格: 1,400円(+税)  
初版: 2005/7/31

もの凄い人生を送ってきた人だな、と思います。

グッドウイルを始める前の子供時代、学生時代も大変(どん底という意味でも)なものですが、やはり興味は、グッドウイルやコムスンをどのようにして急拡大させたかということです。10年でグループの年商がなんと1,400億円。グッドウイルは、設立4年半で株式公開、さらに歴代2番目の速さで東証1部に上場しています。コムスンに手を出さなければ、1番のスピードだったかも知れません。今でも年率5割成長しているという凄さです。

まず、一番印象に残ったのはそのスピードです。会社を作った時は、社員わずか5人でマンションの1室からスタート。初年度売上は8,000万円。それが2年目には40億円を越す企業に... 拠点も1年で

一気に10箇所作り、現在はなんと850箇所もあるそうです。

コムスンの時も、介護保険が始まったと同時に、最初から1,200拠点を作ってスタート。その後、300拠点到縮小して物議をかもしましたが、今では再び1,100拠点を超えているそうです。

なぜ、これ程までの急拡大ができたのか、それは是非、本を読んでみていただきたいと思います。折口会長が冒頭で次のようなことを語っています。

「多くの成功者が、運が良かったからとか、うまく波に乗れたからというが、私はそういうことは言わない。原因があるから結果がある。こうなるための原因を自分がゼロから作ってきた。だから結果が出ている。」その自らつくってきた原因とは何か。それを本の中で折口氏が率直に語られています。マスコミで報道されているイメージとはずいぶん違うような気がします。やはり、とんでもない努力をしてきたんですね。

「売上2億を10億にする方法」で書かれていることは、最初からやっています。最も重要なところは、完全に一致していますね。理念を明確にすることや、仕組みを作ること、などがそうです。10億どころではなく、1,400億になったのですから、とんでもないレベルでそれをやってきたということでしょう。

「売上2億を10億にする方法」が理論編であるとすれば、この本は、その超実践編ということになりますね。宣伝するわけではありませんが、読んでみて損はないと思います。

最後に1つだけ1,400億円を作ったヒントです。

それは、事業を成功させるためには、「**その事業のセンターピンを見抜き、それを実現させること**」ということです。ボウリングでストライクを取るためには、絶対に真ん中のセンターピンをはずしてはいけません。センターピンに当たらなかったらストライクはあり得

ないのです。事業もそれと同じ、ということです。

折口氏がグットウイルを創業する前に成功させたディスコ、「ジュリアナ」や「ヴェルファーレ」のセンターピンは、何だったと思いますか？ 介護事業のセンターピンは？ . . . これはやっぱり言うてはまずいでしょね。著作権の問題もありますので。

でも、ぜんぜん難しいことではないんです。言われてみれば、「なるほど！」と思うようなことです。

供給者の立場ではなく、**お客の立場で本質的に考えてみる**ことが大事なんですね。是非、読んでの楽しみにしてください。私も、自分の事業のセンターピンは何かな. . . と考えさせられました。

## ■当社の活動について、少し

誌面も残り少なくなりましたが、少し当社のことを話させていただきます。

当社も税理士法人になって8月で3期目が終わります。現在、足立事務所も合わせれば16人でやっておりますが、そろそろ次の段階に飛躍しないといけない、したいなと思っております。社内の仕組みづくりはもちろんですが、顧問先や経営者の皆様方に対しましても、タイムリーな情報提供やセミナーの開催、様々なご相談窓口になっていきたいと考えております。そのために、社内の組織作りや様々な会社とのネットワーク作りを、現在進めているところです。

その1つとして、先月もお伝えしたように9月より、「TMCG経営セミナーズ」と銘打って、定期的にセミナーを開催していきます(8月のセミナーは準備不足のため中止させていただきました)。

その第1弾として、別紙のとおり「**新・会社法**」についてのセミナーを行ないます。講師は、私北岡が行ないます。半世紀ぶりの大きな改正ですので、是非皆様参加していただければと思います。8月夏

休みを返上して(?)勉強しておきます。できるだけ、皆様の身近な、実際の経営に関連のある項目を中心に、わかりやすくお伝えしていくつもりです。

また、第二弾はこれも別紙に案内していますが、「**中小企業のM&A**」について、日本M&Aセンターの笹川氏に講演をしてもらいます。日本M&Aセンターは、中小企業のM&A支援ビジネスでは、NO.1の会社です。よく新聞にも取り上げられています。とかく派手なイメージのM&Aですが、同社は後継者問題の解決策としてのM&Aを中心に事業を行なっています。せつかく育てあげた企業が、後継者がいないため、廃業をせざるを得なくなる. . . そんな不幸を防ぐためのM&Aというのもあるわけです。M&Aというのは、事業戦略の一環として本当に身近になってきましたね。自分の会社には関係ないと思っても、意外と近いところにあるかも知れません。多少でも興味のある方、是非参加してみてください。

また、密かに考えているのは、売上10億円を目指す会社の社長を集めて何かやりたいなあ. . .ということ。まだ、全然構想がまとまっていないので、言うべきことではないのですが、そういう会社が互いに競争し、刺激し合い、協力し合うような集まりができないかなあ、などと妄想しています。売上10億を実現するための機能をいろいろ持てたら、きっと皆様の役に立つのではないだろうか、と考えている次第です。まだそんな段階ですから、興味のある方、ご意見のある方は、是非個別にご連絡ください。

最後までお読みいただき、ありがとうございます。

### ●ご意見、ご感想、ご質問は、下記まで。

東京メトロポリタン税理士法人 <http://www.tm-tax.com>

株式会社クイック経理 <http://www.quick-a.co.jp>

発行人: 代表/税理士 北岡修一 [kitaoka@tmcg.co.jp](mailto:kitaoka@tmcg.co.jp)

〒163-1304 新宿アイランドタワー4F 私書箱1653

TEL: 03-3345-8991 FAX: 03-3345-8992