

全ては目標

人が作る既存のもの全て、必ず遅かれ早かれ考えている以上の速さで、陳腐化して行くものです。

確立された既存のものは、変化によってすべてが破壊される事になります。

会社が成長しない。数年に渡り売上や営業利益が停滞、減少しているそのこと自体が、存続の危機を認識していない現象であります。

これは泥船に等しい。沈没の宿命を覚悟しなければならぬ。

致命的なのは陳腐化している事に、まったく気がついていないことです。多くは自らの問題を、環境や外部に転嫁し、さらに危機意識が部内で共有されていないことが多いのです。これは、昨日に安心し、明日の会社を誰も見ていないことが原因です。

るか、小さくとも変わる一歩を一つでも積み上げるごときありません。

消費者・顧客が買わない、金を払わないことは、答えを教えてくださいます。本

当の価値とするニーズと商品にギャップが存在していると反省しなければならぬのです。物やサービスに対して、対価をなぜ払わな

いのか、欲だけでしようかそれは客に期待した満足がないからです。

顧客の関心はどこにあるのか分からなければ、自らの責任を喪失していると言えます。



全ての計画に目標が最優先します。

問題・危機意識が存在しないところに、そもそも進歩や、発展する意思も、能力（責任と義務）自体がないと言えるでしょう。

今年四月からの消費税増税で、企業の存在価値が厳しく問われます。

消費増税で商品の価格が確実に値上がりする訳ですから、中小零細企業は価格に転

嫁できない競争であれば、利益が確実に減少します。また最終消費者である会

社員の可処分所得が3%増えています。従い売り上げが減少し、当然価格が1円でも安いところへ流れます。よって扱う商品の価格に3%の値上げで転嫁できなければ、

既に社会的競争力を失っているのです。

同じ商品で今の売り上げを3%増やさなければ、利益は確実に減ります。実際に転嫁

成長の序章

しても売れなければ絵に描いた餅です。従い売り上げが減少します。結果価格競争に弱い小規模店舗などは資金繰りの体力勝負になります。存在価値を高める充分な計画

経営で明日を見ないのは、納税以前の問題です。またどんな時代でも納税し、社会に還元する意志が少くない経営者が多い気がします。会社の「税は利益の糟粕」ですからこれは、自分で到達する最終目標を見えない結果と言えるでしょう。

人は考えられない実現不可能の夢は描けない。

STAP細胞に見た小保方（おぼかた）さんが思い続け描く夢は必ず実現するのです。成功する人は、押しなべて心が正しく素直で綺麗です？。

と対策が必要になります。

これを他人事でなく社員も自分の問題として認識し、常に何ができるかという、自分の課題としていくべきでしょう。

金利や為替、社会環境に時間差はあっても、確実に流れに左右されます。

今どんな流れでしょうか。全ての企業は、「価値の創造業」か「環境適合業」です。自分で創造するか、時間を味方に改善を繰り返し、適合するか二者択一です。

(有)西川経営オフィスサービス

中村会計

事務所便り

2014年2月3日(月) NO 333

地域から明るい未来を作ろう

明日のため、「地域から明るい未来を作る」明確な目的(目標)意識のもとに今日何をす

明日は今日と違う。明日に対する働きかけを行わなければ、停滞や減少が必然でありま

白山市に新幹線駅です

明日は今日と違う。明日に対する働きかけを行わなければ、停滞や減少が必然でありま

明日のため、「地域から明るい未来を作る」明確な目的(目標)意識のもとに今日何をす