

純利益がふえる！

ロス退治術

ガイドブック



ロスを減らせば、そのまま純利益！

費用をかけずに全社員みんなの力をあわせるイベント方式。やる気もアップ！

現状の経営環境下ですぐできる利益創出法。それが魔法のロス退治術。

具体的な進め方がわかるガイドブックでカンタンにできる。

1人会社・お店から中小企業までの全業種に使えます。

実際に行った成功例がベースになっています！

第1章「ロス」勉強編

(1) ロスってなに？

ゴルフで「ロストボール」という言葉があります。
打ったボールがあるはずなのに、どこにも見当たらない！
「ロス」というのはまさに、この「あるべきものを失う」という意味なんです。



だからお店や会社で「ロス」といえば、儲かるはずだった利益を何処かに失ってしまうことなんですね。ほんとうにもったいない話ですね。



利益を失ってしまう原因はいろいろあります。
ロスのもとをさがし出して、それを退治して純利益に変えていきましょう。

【解説】ロスを退治することで、純利益が数倍になることがじゅうぶん可能なのです！

ロス削減 = そのまま純利益

小売業もサービス業も小さな売上げの積み重ねです。

ロス対策で仮に1%ロスを削減できたならば、1億の売上で新たに100万の純利益が生み出されます。

それが2%、3%と効果が上がれば・・・

そしてそれは充分可能なのです。ロス退治をしない理由がないのです。

全社員がひとつになって取り組むとすごい力が出るのです。

ちなみに筆者は顧問先で「1%ロス削減運動」を全社員キャンペーンで行いました。

従業員全員に向けたカンタンな手引書を作り、ロス退治事務局を社内に設置し、部門会議、本部会議、全体会議を何回も行い、全員がアイデアを出すことで全員参加の形を作り、社長が陣頭指揮して、当時年商17億で少なくとも1%以上(1700万)の純利益がカウントされました。(ロス自体の数値は非常に多岐に渡るため実際に把握できない部分があります。この時の数字は予想純利益を最終的に1%以上上回ったことと、その原因がロス対策以外に考えられなかったということです)

因みに筆者のクライアントのあるお肉屋さんでは・・・

年商1億5000万で、ロス退治をあらゆる部門で積み重ね、仕入れや商品開発まで広げた結果、当初25%の荒利が、数年で40%まで急伸したのです!

たとえば商品管理にすごく気を使うようになりました。その結果格下げ(値下げ)する商品が少なくなり荒利益が大幅に上がりました。

年商1億5000万で15%の荒利アップですから、2250万がそのまま荒利に上乘せ!されたのです。

赤字体質のお店が一気に超優秀店に変わるのです。

ロス退治って、
要するに
心がけひとつ
なんですわ。



ロス退治に経費はかかりません。必要なのはロス退治の仕組みと全員のやる気だけです。

売上げを伸ばすことはもちろん大切ですが、安定したお店、会社になるにはこういうふうにも内部を見直し、充実させることが非常に大切です。

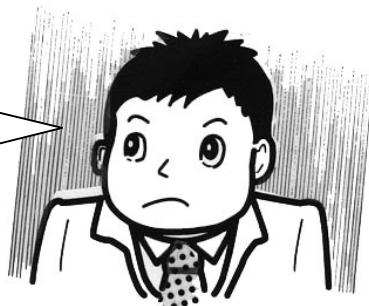
ひとりひとりが「1%を大切に」を心がけていけば素晴らしい会社になります。

純利が上がってくれば経営体質は強化され、従業員ひとりひとりに対する待遇も上昇してゆくでしょう。何よりも自分の勤め先が繁栄し続けることが自分の生活のいちばんの支えになるのです。

以下、詳しくは本書にて

(2)「ロス」って金額にしていくらいあるの？

おどろかないでください。
ひとつの目安としてよく言われるのが
ロスは純利益より多いということです。



- ちなみに小売業の場合では・・・
- ・非常に少ない所で総売上げの1～2%
 - ・ロスは怖い忙しくてわからないという所で4～6%
 - ・ロスなんて大したことはない！あまり考えないという所では、なんと総売上げの6%以上！ともいわれます。

あなたのお店（会社）に当てはめてみると、

年商	円
1%のロスなら	円
2%のロスなら	円
もしも、6%のロスなら	円！！
もし万が一10%のロスなら	円！！！！

これだけの「あるべき利益」が消えているのです！

じゅうぶん
あり得るのです。



以下、詳しくは本書にて

(3) それでは「ロス、つまり利益を失ってしまう原因」って具体的にどんなものがあるのでしょうか？

筆者の経験から、ロス退治には3つの局面からのアプローチが考えられます。

- 売上げ、荒利益、純利益を下げってしまうロス
- 経営そのものから生じるロス
- 部門ごとのロス（実例で紹介します）

売上げ、荒利益、純利益を下げってしまうロス（それぞれ重複します）

[A]売上げを下げってしまうロス

ここでは主として小売業を例にとっていますが、どの業界においても原理は同じことです。
ご自身の業界を念頭においてお読み下さい。

売り損ない（例）

- ・品切れ

（最低陳列量を割っている、陳列管理ミス、在庫管理ミス、発注ミス、何よりもお客様の欲しい商品がないこと、人員不足により手が回らない、新商品がない、独自の商品がない、有名商品がない）

- ・陳列技術の未熟

（陳列ミス、POP 広告の不備、不潔、陳列商品まちがい、プライスカード不備、シール貼りまちがい、シールぬけ、ショーカード不備、メリハリの不備、値付けのミス（単価違い）、カラーコントロールの不備）

- ・接客のミス

（対面、レジ、応対での不備、商品知識の勉強不足、親しみ感の欠如、お客様を長く待たす失礼）

- ・サービスの欠如

（お客様の要望に応えられない、人員不足、電話注文での不備、お客様への思いやり不足）

- ・商品自体の問題

（古い、味が悪い、人気がない、賞味期限切れ、鮮度が悪い、何よりもお客様の欲しくなる商品がない）

- ・価格戦略のミス

（お客様が欲しい価格ではない）

以下、詳しくは本書にて

作業効率が悪い（例）

人員効率が悪い（例）

その他の原因（例）

[B] 荒利益を下げってしまうロス

以下、詳しくは本書にて

商品管理が悪い（例）

倉庫管理、冷蔵庫管理が悪い（例）

陳列管理が悪い（例）

仕入れのミス（例）

技術の未熟によるロス（例）

作業効率が悪い（例）

人員効率が悪い（例）

各部門や各店や本部とのつながりが悪い（例）

[C] 純利益を下げってしまうロス

以下、詳しくは本書にて

経費をチェックせずムダを生じさせる（例）

- ・ 人件費
- ・ 宣伝費（効果的な部分に集中投入できているか）
- ・ 包装材料費（包装紙、袋はムダにしているか、管理はできているか）
- ・ 電気料（ムダはないか）
- ・ 水道代（ ” ）
- ・ 地代賃借料（見直し）
- ・ 金利（見直し）
- ・ 旅費交通費（効率が良いか）
- ・ 福利厚生費（ムダがないか）
- ・ 運賃（見直し）
- ・ 燃料費（見直し）
- ・ 接待交際費（見直し）
- ・ 通信費（見直し）
- ・ 消耗品費（用紙や事務用品などムダがないか）
- ・ 保険料（見直し）
- ・ 修繕費（車の安全運転の徹底、機械・設備類の定期的な点検）

経営そのものから生じるロス

これは一番の根源、一番のロスで、すべての産業、業界に共通のロスです。

以下、詳しくは本書にて

経営の根本があいまいなために生まれるロス（社内が活性化せず、ロスをうむ土壌となる）

人材が「人財」と分かっていないロス（利益を生むのは結局は人しだいなのです）

組織の風通しが悪いロス（社内が澱んでいては出るべき利益も出ません）

財務経理に問題があるロス（経営は結局数字判断なのにその大切さがわかっていない）

生産、製造に係わるロス（甚大）

仕入れに係わるロス（甚大）

商品開発に係わるロス

部門ごとのロス(実例で紹介します)【直営店編】

部門ごとのロス(実例で紹介します)【卸部門編】

部門ごとのロス(実例で紹介します)【本部編】

以下、詳しくは本書にて

(4) ロスを全員で退治しよう！

ここまで、(1)ロスって何？ (2)ロスって金額にしてどれくらいあるの？

(3)ロスって具体的にどんなものがあるの？・・・について説明してきました。

いろいろな部門のロスについてザクッとあげてみましたが、これはあくまで一例に過ぎません。



ロスを見つけるためには、
それぞれが自分の職場で、
自分の目でさがし、
自分の頭で考えてみるものが
何より大切なんです。

ロスってなんだか少しわかって
きた感じがする。
さっそく自分の職場でムダが
ないか考えてみなくっちゃ。



以下、詳しくは本書にて

もしロスを退治できなければどうなるのでしょうか？

ロスは恐ろしい。しかしそれは退治すると「宝もの」に化けるのです！

第2章「ロス退治」実行編

いよいよ、実行編。はじめます。

第1章ではロスとは何かについて説明しました。次はロス退治の実行に進みます。
第2章ではその手順について説明してまいりましょう。



手順は大きく分けて次の3段階です。

ロスにはどんなものがあるかを全社員ひとりひとりが考え出す
それらを集めて全員で会議をする。同時に退治の方法をみんなで考える
会議で決まったことを実行する

- 第1段階 経営者が全体戦略を練る
- 第2段階 会社員で勉強会を開く
- 第3段階 ひとりひとりがロスについて考える
- 第4段階 部門長は全員のアイデアを整理する
- 第5段階 部門ごとに会議を行い、具体策を決める
- 第6段階 部門長はそれをまとめて暫定マニュアル化する
- 第7段階 経営者はそれをチェックする
- 第8段階 部門は最終計画を決定する
- 第9段階 事務局はロス退治最終マニュアルを作る
- 第10段階 全社員会議で各部門がロス退治策を発表する
- 第11段階 ロス退治全社員キャンペーンスタート
- 第12段階 3カ月ごとに進行のチェックを行う
- 第13段階 1年後結果発表と表彰。次年度への各部門のロス退治テーマ発表
- 第14段階 ロス退治全社員運動の継続

以下、詳しくは本書にて

企画・制作 / マエハンドットジェーピー(有)マエダ販促 前沢しんじ

〒647-0042 和歌山県新宮市下田 1-7-36 電話 0735-21-5660

メール maezawa@zb.ztv.ne.jp 〔公式サイト〕 <http://maehan.jp/>



強力な
別冊付録
つき!

ロス退治を成功させる

「会議と社内報の徹底活用術」

M

詳しくは
こちら

http://maehan.jp/contents/ct_03/img/pdf_sample_f.pdf

その具体的なやり方をやさしく解説したノウハウ!

ロス退治術ガイドブック

¥10,000 (税・送・振手込み)

<http://maehan.shop-pro.jp/?pid=58951144>

ご購入は
こちら