

## 収益性アップ！ 企業体質改善計画

厳しい経営環境の下、企業成長の鍵は収益性の改善。

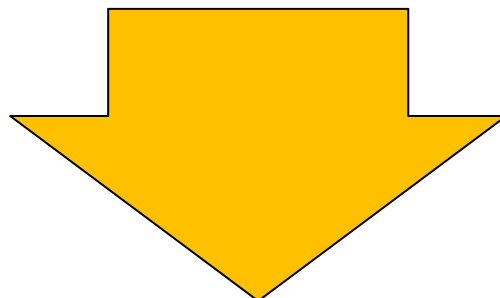
体質改善により、収益の上がる仕組みを構築しましょう。

# 『企業収益性チェック』

以下の項目、イエスの数はいくつですか？

- 売上が頭打ちで、利益が年々減少している。
- 利益を高めるためには、売上を伸ばすのが最善の策である。
- 利益を高めるためには、新客獲得が不可欠である。
- コスト削減のためには、人件費の圧縮が必要である。
- 事業戦略の中心は売上計画である。
- 自社製品の顧客像は把握できない。
- 広告費を、年間 1,000 万円以上かけている。
- 顧客サービスの一環として、ポイントカードを導入している。
- 値引きは、販促手法として不可欠である。
- 業界の体質が旧く、市場も頭打ちである。

YES の数をチェックしたら、次のページへ



## 『企業収益性チェック』診断結果

### ワンポイント・アドバイス

- 売上が頭打ちで、利益が年々減少している。  
⇒ 売上の構成要素の分析とコストの見直しにより、収益性改善の可能性があります。
- 利益を高めるためには、売上を伸ばすのが最善の策である。  
⇒ 売上を伸ばしても利益率が低下したり、販売コストが上昇しては意味がありません。
- 利益を高めるためには、新客獲得が不可欠である。  
⇒ 新客獲得コストは成長のための投資であり、収益の源泉は既存顧客です。
- コスト削減のためには、人件費の圧縮が必要である。  
⇒ 人件費抑制ありきではなく、組織の効率化や、スタッフのモチベーションアップが先決です。
- 事業戦略の中心は売上計画である。  
⇒ 売上はあくまでも目標数値に過ぎず、それをどう実現するかが計画であり戦略の要です。
- 自社製品の顧客像は把握できない。  
⇒ 自社の顧客を把握できていなければ的確な戦略は立てられず、ムダが増幅します。
- 広告費を、年間 1,000 万円以上かけている。  
⇒ ターゲット明確化とメディアの絞り込みにより、1/2 のコストで 2 倍の効果を実現できます。
- 顧客サービスの一環として、ポイントカードを導入している。  
⇒ ポイントシステムは顧客とのコミュニケーションツールであり、販促ツールではありません。
- 値引きは、販促手法として不可欠である。  
⇒ 値引きは一過性の売上向上効果はあっても持続せず、結局、利益を減少させるに過ぎません。
- 業界の体質が旧く、市場も頭打ちである。  
⇒ どんなに衰退業界といわれていても、着実に利益を上げ、成長している企業があります。

### イエスの数はいくつでしたか？

0	すばらしい！御社の収益性はかなり高いようです。 でも、もしかしたら課題に気が付いていないだけかも…。	➔
1~3	収益性改善の余地があります。 更に企業体質の改善を目指しましょう。	➔
4~5	確実に収益性を改善できます。 収益体質に改善し、厳しい経営環境を乗り越えましょう。	➔
6~10	収益性改善のための課題が多々あります。 直ちに取りかからなければ危険です。	➔

企業の収益性改善  
についてはお気軽に  
ご相談ください。

[今すぐこちらへ](#)  
または  
090-5425-6697