



第9分野

経理・財務

社長のコックピットをつくる

Date : / /

Name : _____





経理
財務

The

Cockpit

12 Essentials of Management

9 / 12 経理・財務

- 1 経理・財務の定義
- 2 社長がすべきこと
- 3 有視界飛行と計器飛行
- 4 財務三表
- 5 7つの計器
- 6 最も大切な計器
- 7 資金調達「8つのルート」

contents

- **understanding** 「財務三表」を理解しているか？
- **work 1** 現状のチェック
- **work 2** 小さな会社 12の計器
- **work 3** 社長のコックピット 7つの計器
- **work 4** 社長のコックピットの設計
- **work 5** 「見えない損失」と向き合う
- **work 6** 現金預金残高推移表をつくろう
- **work 7** キャッシュを増やす11の方法
- **参考資料** 小さな会社の指標 8つの切り口
- **参考資料** 財務三表の理解
- **参考資料** 財務三表① 損益計算書 (PL)
- **参考資料** 財務三表② 貸借対照表 (BS)
- **参考資料** 財務三表③ キャッシュフロー計算書 (CF)
- **参考資料** 企業変革事例ライブラリー「Bukiko」
- **scoring (now)** 経理・財務
- **scoring (later)** 経理・財務
- ビジネスモデルの完成度
- **action sheet** 明日からすべきこと

「財務三表」を理解しているか？

経営者が経理をする必要はない。

領収書を整理したり、仕訳を起こしたり、
財務諸表をつくる実務をする必要はない。

しかし、それらを読む必要がある。
それらを理解する必要がある。

財務諸表は会社の体温計のようなものだ。
読めないと、平熱なのか？熱があるのか？分からない。

会社の健康状態が把握できなくなったら、
危険な状態であることすら分からなくなってしまう。

会計が苦手な経営者は多いが、
そんな状態で経営を継続しようとするのは、無理がある。

「財務三表」だけでも読めるようになっておこう。

1. 貸借対照表
2. 損益計算書
3. キャッシュフロー計算書



Thinking Note

- 1 ミッション
- 2 商品カテゴリー
- 3 ホジクコミュニケーション
- 4 プランディング
- 5 集客力
- 6 見込客フォロー
- 7 サイレントセールス
- 8 CLVマネジメント
- 9 経理・財務
- 10 チームビルディング
- 11 仕組み化
- 12 投資とマネジメント



Thinking Note

1 ミッション

2 商品力の29cuts

3 ホリゾンティング

4 プランディング

5 集客力

6 見込客フォロー

7 サイレントセールス

8 CIVでネジメント

9 経理・財務

10 チームビルディング

11 仕組み化

12 リスコンネジメント



Work 1 現状のチェック

「経理・財務」の「見える化」度をチェックしてみましょう。

どんぶり勘定

- 数字は見ない
- 数字づくりは税理士任せ
- 数字をつくるのは年に1回程度
- 独自に数字をまとめている（管理会計など）
- 数字をつくるのは月に1回程度
- 数字を見てはいるが、特に経営には活かしていない
- 数字を見て、経営の意思決定に反映させている
- 数字をつくるのは週に1回程度
- ほぼリアルタイムで数字を把握している

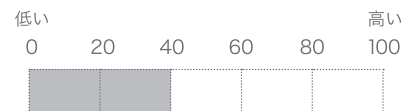
社長のコックピット

Memo



Work 2 小さな会社 12の計器

小さな会社“12の計器”で自社の状況をモニターしましょう。



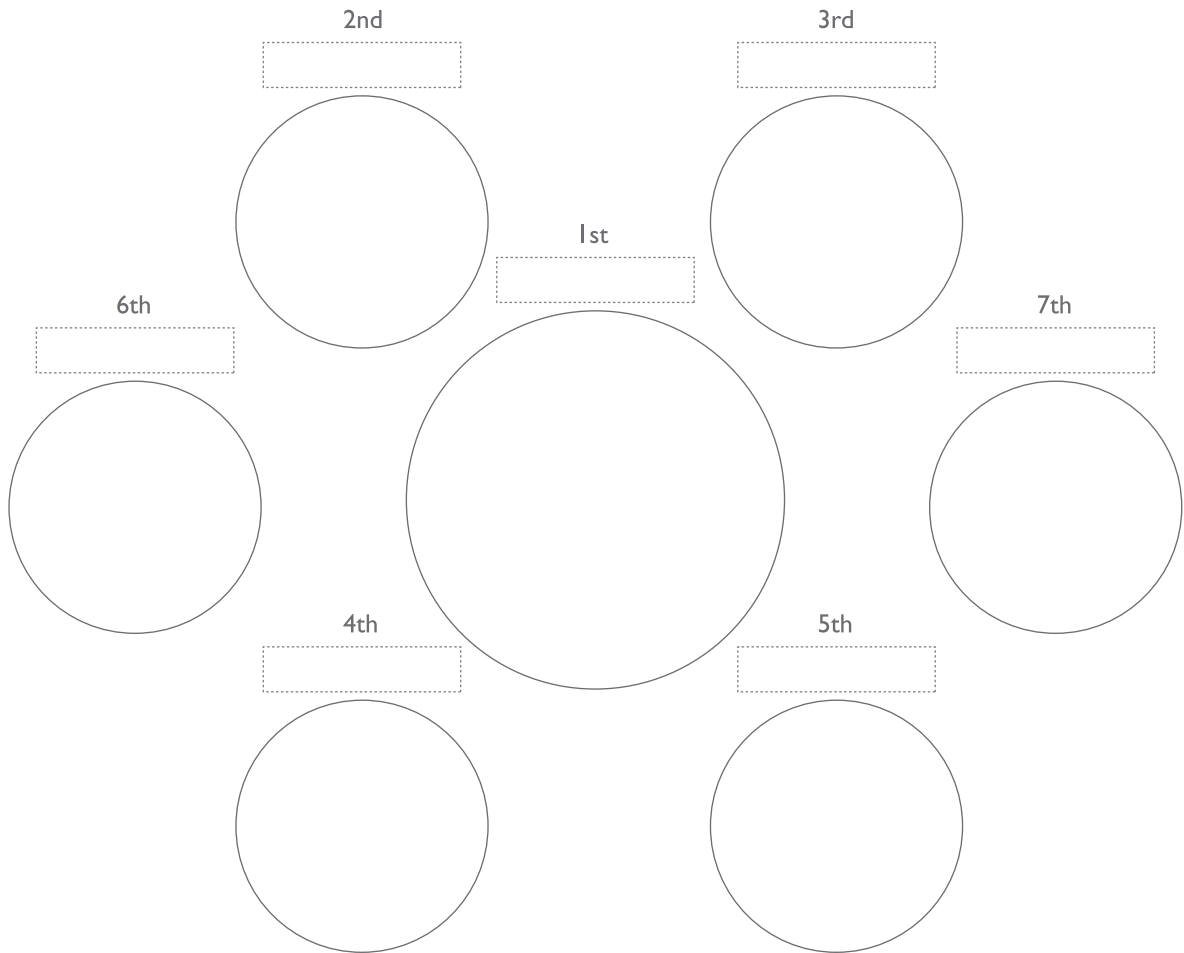
12の計器	意味	重要度
1 現金預金残高		<input type="text"/>
2 粗利益		<input type="text"/>
3 売掛金		<input type="text"/>
4 顧客数の増減		<input type="text"/>
5 営業利益		<input type="text"/>
6 資金繰表		<input type="text"/>
7 リピート率		<input type="text"/>
8 一人あたりの粗利益		<input type="text"/>
9 一人あたりの現預金		<input type="text"/>
10 分配前利益 * 売上 - (全経費 - 人件費)		<input type="text"/>
11 売上年計表 * 過去12カ月の累計売上の 月次推移を見る表		<input type="text"/>
12 自己資本比率		<input type="text"/>



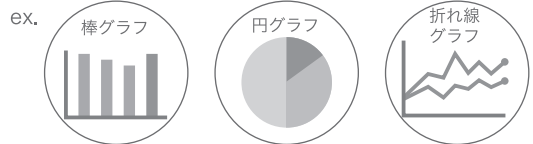
Work 3 社長のコックピット 7つの計器

小さな会社“12の計器”を参考に、その中から 少なくとも“7つの計器”を選んで「社長のコックピット」をつくりましょう。

- | | | |
|----------|-------------|-------------|
| 1 現金預金残高 | 5 営業利益 | 9 一人あたりの現預金 |
| 2 粗利益 | 6 資金繰表 | 10 分配前利益 |
| 3 売掛金 | 7 リピート率 | 11 売上年計表 |
| 4 顧客数の増減 | 8 一人あたりの粗利益 | 12 自己資本比率 |



※ ○にはそれぞれの項目に合った計測手段が入ります。
 グラフや表など、適当な計器を考えてみましょう。



上記の他にも、業種・業態によって、例えば以下のような計器が考えられます。

- ex. 広告宣伝費率 / 売掛金月商倍率 / 年計表利益率 / 各種前年対比 / 顧客獲得単価 / 顧客維持コスト / 紹介数 / 平均購入単価 / 教育費割合 / 分配前利益 / 資本生産性 / 再投資バランス表 / 在庫回転率 / 返品率 / 流動比率 / 株価指標 / クレーム数 / 市場占有率 / 歩留まり率 / 借入金月商倍率



Thinking Note

1 ミッション

2 商品力の29cuts

3 ホリゾンティング

4 プランディング

5 集客力

6 見込客フォロー

7 サイレントセールス

8 CIVでネジメント

9 経理・財務

10 チームビルディング

11 仕組み化

12 リスコンネジメント



Work 4 社長のコックピットの設計

それぞれの計器について「いつ」「だれが」「どうやって」つくるかを具体的に決めましょう。

12の計器	いつ (確認の頻度)	だれが (担当)	どうやって (数値の集計方法)
1 現金預金残高			
2 粗利益			
3 売掛金			
4 顧客数の増減			
5 営業利益			
6 資金繰表			
7 リピート率			
8 一人あたりの粗利益			
9 一人あたりの現預金			
10 分配前利益 * 売上 - (全経費 - 人件費)			
11 売上年計表 * 過去12カ月の累計売上の 月次推移を見る表			
12 自己資本比率			



その他の計器	いつ (確認の頻度)	だれが (担当)	どうやって (数値の集計方法)
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			

Work 5 「見えない損失」と向き合う

機会損失を防ぐために、次の5つの切り口を考えてみましょう。

1. 得られるはずの利益

Q. 貯損箱にお金を入れる条件を考えてみよう

2. 手を広げすぎる

Q. 「ダントツで勝つところ」「負けてもいいところ」を決めよう

3. もったいない

Q. 「もったいない」を理由にして、手放せていないものはないか？

4. 節約

Q. 中長期的に見て、最も費用をかけるべきものは何か？ そこにしっかりとお金をかけられているか？

5. やらないリスク

Q. 「やらない選択」によって失われているものはないか？



Thinking Note

1 ミッション

2 商品力の29cuts

3 ホリゾンティング

4 プランディング

5 集客力

6 見込客フォロー

7 サイレントセールス

8 CIVでネジメント

9 経理・財務

10 チームビルディング

11 仕組み化

12 リスコンネジメント



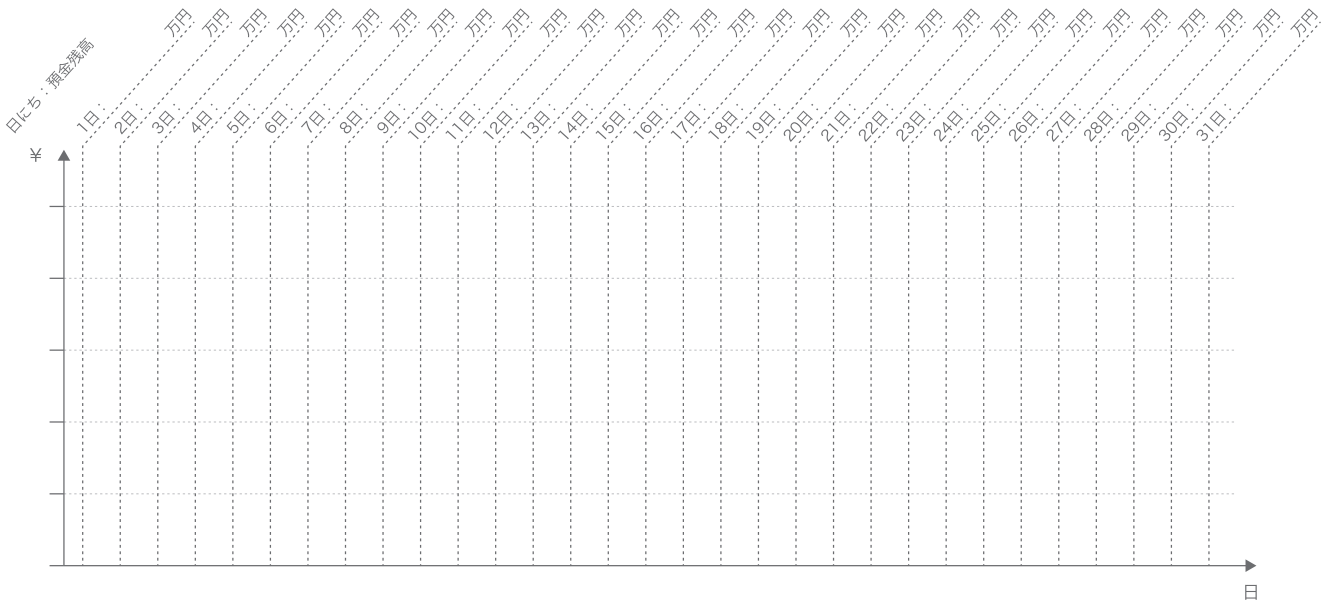
Work 6

現金預金残高推移表をつくろう

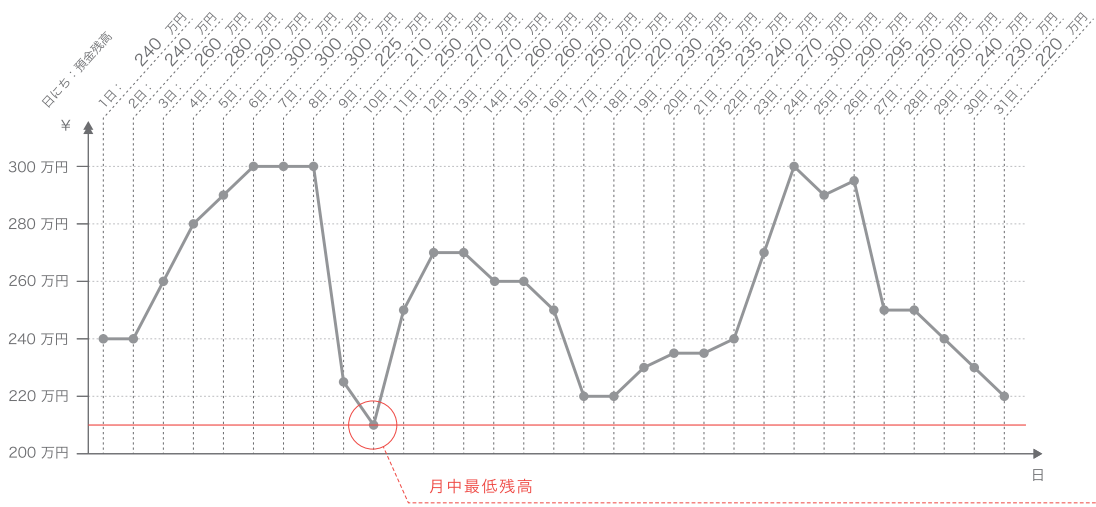
会社にとって最も重要な計器は「現金預金残高=キャッシュ」です。
 自社のキャッシュの動きを把握し、「月中で最も残高が低くなる日」をモニタリングし続けましょう。

毎日現金残高をチェックして、「月中最低残高」を把握しておきましょう。

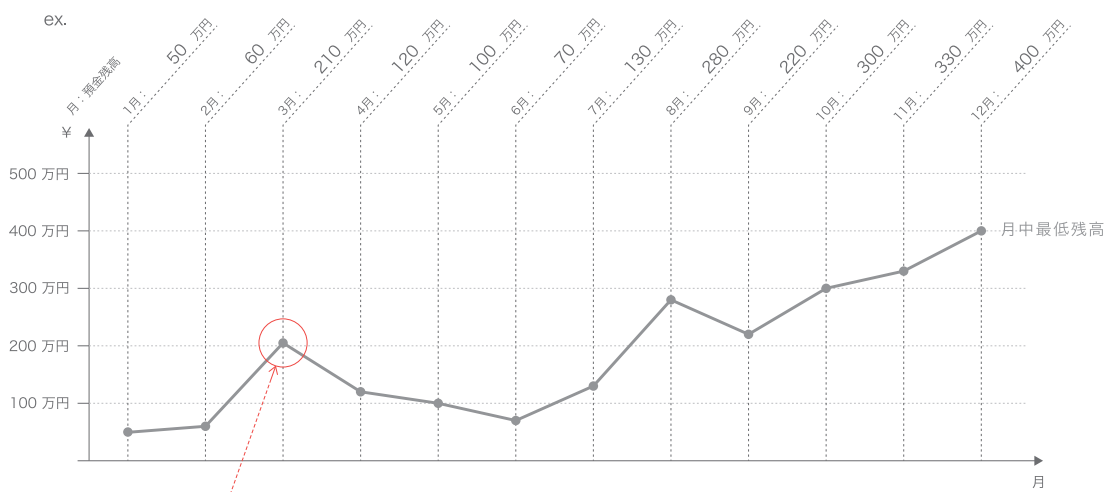
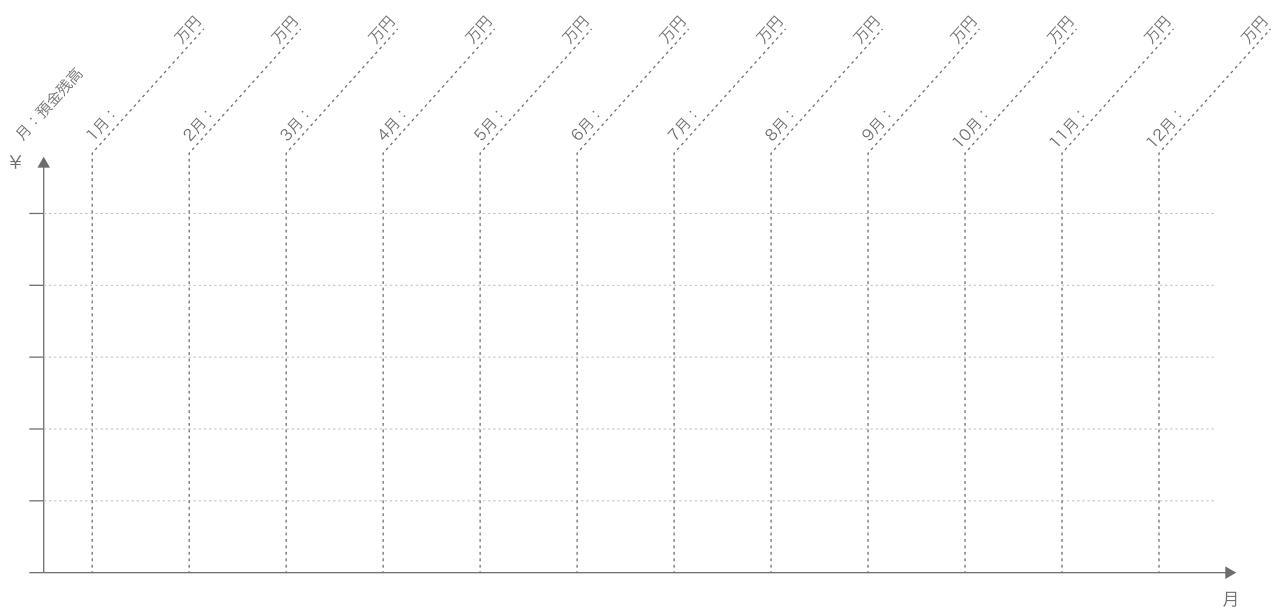
[____ 月]



ex. [3月]



毎月「月中最低残高」を記録し、キャッシュが増えているか（ダム経営ができていないか）を可視化してみましょう。



President NOTE

© President Academy Ver. 5.0

Work 7 キャッシュを増やす11の方法

最も大切な資産の1つであるキャッシュを増やす手段をチェックして、キャッシュを増やす活動を実行していきましょう。

<p>1. 売上を上げる</p> <p>0 100</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Memo</div>	→	<p>実施アクション</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Action</div>
<p>2. 原価を減らす</p> <p>0 100</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Memo</div>	→	<p>実施アクション</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Action</div>
<p>3. 固定費を減らす</p> <p>0 100</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Memo</div>	→	<p>実施アクション</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Action</div>
<p>4. 営業外費用を減らす</p> <p>0 100</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Memo</div>	→	<p>実施アクション</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Action</div>
<p>5. 税金を減らす</p> <p>0 100</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Memo</div>	→	<p>実施アクション</p> <div style="border: 1px dashed black; width: 100%; height: 100px; padding: 5px;">Action</div>



出来ていない 出来ている

0 20 40 60 80 100



6. 請求を早くする 0 100

Memo



実施アクション

Action

7. 代金を回収する 0 100

Memo



実施アクション

Action

8. 支払を遅らせる 0 100

* 支払い相手に前もって
お願いする必要がある。

Memo



実施アクション

Action

9. 入金を早める 0 100

Memo



実施アクション

Action

10. 借り入れする 0 100

Memo



実施アクション

Action

11. 増資する 0 100

Memo



実施アクション

Action



参考資料

小さな会社の指標 8つの切り口

小さな会社の指標 8つの切り口

1. キャッシュ	ex. 利益剰余金・現金預金残高
2. 収益性	ex. 粗利率・経常利益率
3. 成長性	ex. 売上成長率・会員数
4. 顧客関係性	ex. リピート率・CLV
5. 営業力	ex. 成約率・売上高
6. 商品力	ex. 商品販売数・新商品投入数
7. 生産性	ex. 1人あたり売上・残業時間
8. 安全性	ex. クレーム数・現預金月商比率



参考資料

財務三表の理解

自社の現状を客観的に知る最も代表的な手段である財務三表を理解しましょう。

損益計算書【PL】

ある期間の会社の収益を表す

① 売上高	
② 売上原価	
③ 売上総利益 (= ① - ②)	
④ 販売費及び一般管理費	
⑤ 営業利益 (= ③ - ④)	
⑥ 営業外収益	
⑦ 営業外費用	
⑧ 経常利益 (= ⑤ + ⑥ - ⑦)	



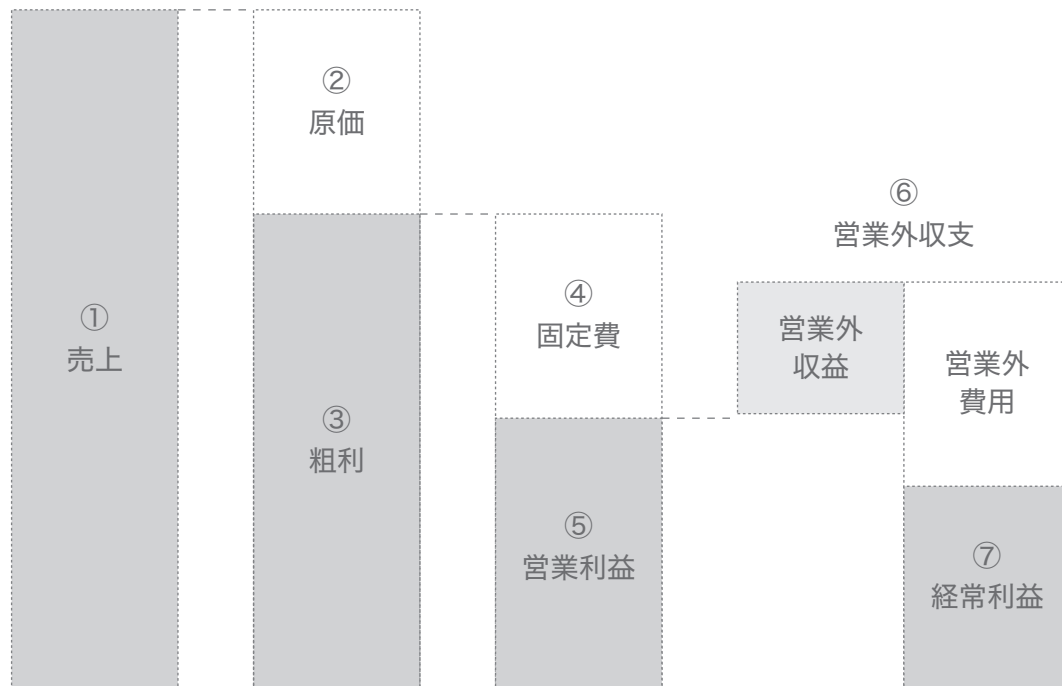
参考資料

財務三表① 損益計算書 (PL)

損益計算書は、ある期間での会社の収益をあらわしています。
内訳は、下記の7つとなります。

- ① 売上 (単価×販売個数/客単価×顧客数)
- ② 原価 (売上の増減によって変動する費用のこと)
- ③ 粗利 (① 売上 - ② 原価)
- ④ 固定費 (売上の増減に関わらず固定的にかかる費用のこと)
- ⑤ 営業利益 (③ 粗利 - ④ 固定費)
- ⑥ 営業外収支 (営業以外で発生する収益や費用のこと)
- ⑦ 経常利益 (⑤ 営業利益 + ⑥ 営業外収支)

PL表を直感的に表現すると以下ようになります。



参考資料

財務三表② 貸借対照表 (BS)

貸借対照表は、現在または直近の会社の資産状況をあらわしています。
下記のように貸借対照表は左と右で、大きく2つに分かれています。

会社の資産が、 現金に変換しやすい順に、 上から並んでいる	左記の資産が どういった経緯で つくられたのが 記されている
-------------------------------------	---

右側は、さらに上・下の2つに分かれています。
それぞれの枠は「資産の部」「負債の部」「資本の部」という名前がついています。

「負債の部」には借入金や未払金など、これから返済の必要がある項目が記載されます。
「資本の部」には自己資本や、利益剰余金など、返済が必要ない項目が記載されます。

資産の部	負債の部
	返済の必要あり
	資本の部
	返済の必要なし

BS : Balance Sheet の名のとおり、左側を上から合計した数値と、右側を上から合計していった数値が一致 (バランス) します。BSは会社が大きくなればなるほど重要となってくる指標です。また、銀行からの借入れを行う際にも重要となります。



参考資料

財務三表③ キャッシュフロー計算書 (CF)

キャッシュフロー計算書は、社内における現金の動きをあらわしています。家計簿のように現金収入、現金支出を記載していくものなので、最もイメージがしやすいものかもしれません。

また、多くの会社にとって、財務三表の中で最も重要な計器となります。

キャッシュフロー計算書は、次の3つの部門に分けて、現金の動きを記載していきます。

1. 営業活動におけるキャッシュフロー

事業活動を通してのモノやサービスの販売や仕入れ、製造活動などから生じた現金の現実的な流れを表す。

2. 投資活動におけるキャッシュフロー

工場建設や設備導入などの設備投資、小会社への投資、株式持ち合いなど投資にかかる現金の動きを表す。

3. 財務活動におけるキャッシュフロー

金融機関からの超短期資金の借入や返済、社債発行による資金調達、増資による資本金の増加など、会社の資金調達や返済などを表す。

なぜ、PL表で収益の動きを記録しているのに、それとは別に「現金の動き」を見なければいけないのでしょうか。その理由は「会計基準」にあります。PL表は「会計基準」に則って記載をしていくため「計上のタイミング」と、「現金が動くタイミング」にズレが生じるのです。例えば、社用車を買ったとして、それをPL表に記載するとします。その場合、「現金」は購入のタイミングで全額が動きますが、会計上は「減価償却」となり、月あたり「〇〇円」と換算した数値の記載となります。

このように「計上のタイミング」と「現金の動き」がズれるため、キャッシュフロー計算書をつくり、改めて現金の状態を把握する必要があります。

会社が倒産するのは、言うまでもなく「現金がなくなったとき」。そういった意味で、多くの会社にとっては、このキャッシュフロー計算書が、財務三表の中で最も重要な指標となります。



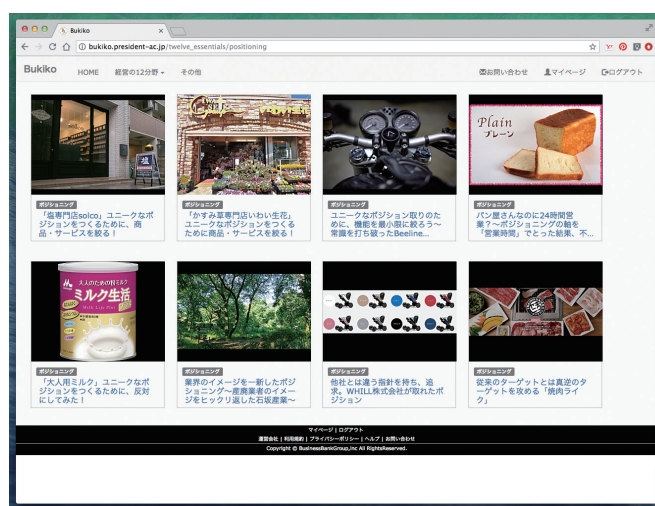
参考資料

企業変革事例ライブラリー「Bukiko」

【Bukiko】とは、「経営の12分野」の各分野ごと（ミッション・集客力・仕組み化 etc.）に企業変革事例を掲載しているオンラインライブラリーです。各テーマに沿った様々な会社の事例を見ることができますので、ワーク実施の際の参考資料としてご活用ください。

「Bukiko」webサイト ログインページ

<https://bukiko.president-ac.jp/>



本サービスは、「プレジデントアカデミー会員様限定」となる、PCブラウザ上で閲覧できる「企業変革事例」コンテンツです。

ログインには、入会時にご登録いただいたメールアドレスおよび、パスワードが必要となります。ご登録の際にご案内メールをお送りしていますので、詳しくはそちらをご参照ください。



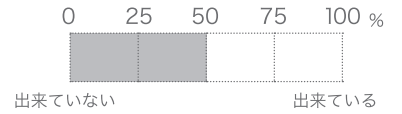
President NOTE

© President Academy Ver. 5.0

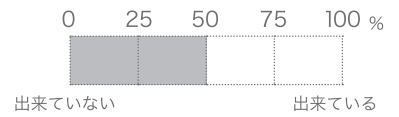
Scoring

経理・財務

Now 72時間以内にチェック
年 月 日 ()



【No. 0901】	どんぶり勘定していないか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0902】	会社の健康状態を数字で把握しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0903】	「数字は苦手」「忙しい」を言い訳にしていないか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0904】	財務三表を読み、意味を理解しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0905】	小さな会社12の計器を理解しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0906】	7つの以上の計器を持っているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0907】	全ての計器に「意味」があるか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0908】	計器の数値が経営の改善につながっているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0909】	子どもが見てもわかるくらい直感的な計器になっているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0910】	機会損失と向き合っているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0911】	預金残高表をつくり、日々、確認しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0912】	手元のキャッシュを増やす努力をしているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0913】	原価を減らす努力を積み重ねているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0914】	固定費を減らす努力を積み重ねているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0915】	税金を減らす方法を模索しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0916】	請求を早くすることを徹底しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0917】	売掛金を回収しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0918】	支払いを遅らせる努力をしているか？（※支払い相手には、前もってお願いする必要がある）	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0919】	入金を早める工夫をしているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0920】	資金調達8つのルートを理解しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
TOTAL		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>



【No. 0901】	どんぶり勘定していないか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0902】	会社の健康状態を数字で把握しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0903】	「数字は苦手」「忙しい」を言い訳にしていないか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0904】	財務三表を読み、意味を理解しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0905】	小さな会社12の計器を理解しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0906】	7つの以上の計器を持っているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0907】	全ての計器に「意味」があるか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0908】	計器の数値が経営の改善につながっているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0909】	子どもが見てもわかるくらい直感的な計器になっているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0910】	機会損失と向き合っているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0911】	預金残高表をつくり、日々、確認しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0912】	手元のキャッシュを増やす努力をしているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0913】	原価を減らす努力を積み重ねているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0914】	固定費を減らす努力を積み重ねているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0915】	税金を減らす方法を模索しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0916】	請求を早くすることを徹底しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0917】	売掛金を回収しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0918】	支払いを遅らせる努力をしているか？（※支払い相手には、前もってお願いする必要がある）	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0919】	入金を早める工夫をしているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
【No. 0920】	資金調達8つのルートを理解しているか？	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
TOTAL		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

「経営の12分野」

1 ミッション

- 1 ミッションとは？
- 2 ミッションを持つ会社が成功する理由
- 3 強みの根幹を見つめる
- 4 ミッションのつくり方
- 5 ミッションの伝え方

2 商品力の29Cuts

- | | |
|----------------|------------------|
| 1 商品力とは | 16 ポジショニング |
| 2 誰の価値？ | 17 「1番化」 |
| 3 商品力を高めるとは？ | 18 自社の強み |
| 4 商品開発時の注意 | 19 ライバル化 |
| 5 売れる商品をつくれる人 | 20 常識の打破 |
| 6 商品力のゴールは？ | 21 登場人物表 |
| 7 現状のチェック | 22 「三方よし」の原則 |
| 8 商品力の源泉 | 23 「分かり易さ」という商品力 |
| 9 2つの行動原則 | 24 商品伝達力 |
| 10 欲求5段階説 | 25 商品説明エレベーターピッチ |
| 11 ニーズとウォンツ | 26 ネーミング戦略 |
| 12 困りごとマラソン | 27 パッケージ戦略 |
| 13 ビジネスの種4つの法則 | 28 価格設定戦略 |
| 14 商品とカテゴリ | 29 想いと社会貢献性 |
| 15 2つの価値 | |

3 ポジショニング

- 1 ポジショニングとは？
- 2 ポジショニングの理由
- 3 ポジショニングの効果
- 4 ケーススタディー
- 5 リ・ポジショニング
- 6 ポジショニングの演習
- 7 自社の実践

4 ブランディング

- 1 ブランド力のセルフチェック
- 2 ブランド力の「ある会社」と「ない会社」の違い
- 3 ブランドとは？
- 4 ブランドの核
- 5 ブランディングとは？
- 6 ミュージシャンのビジネスモデル
- 7 ファンづくり (1~8)
- 8 ブランディングに必要な「5つの力」
- 9 最初で最後の手段

5 集客力

- 1 集客とは？
- 2 集客の重要性
- 3 集客の仕組み化「集客の基本形3つのステップ」
- 4 明文化
- 5 4つの前提条件
- 6 流通する言葉
- 7 小さな会社の「集客8つのツール」 (1~8)

6 見込客フォロー

- 1 見込客フォローの定義
- 2 見込客フォローの重要性
- 3 見込客フォローの仕組み化
- 4 5つのバイブライン
- 5 ポートフォリオ化「SラインとJライン」
- 6 リスト化とタイミング

7 サイレントセールス

- 1 セールスの定義
- 2 多くの人が陥る2つの間違い
- 3 最高のセールスとは？
- 4 セールスの8ステップ
- 5 売れない4つの心理的原因
- 6 購買決定のメカニズム
- 7 背中をそっと押す5つの小道具

8 CLVマネジメント

- 1 ファン化の定義
- 2 CLVマネジメントとは？
- 3 CLVMの重要性
- 4 CLVを高める3アクション
- 5 CLVMの2つのゴール
- 6 ゴール1「究極の顧客」
- 7 究極の顧客を育てる5ステップ
- 8 ゴール2「究極のリピータービジネス」

9 経理・財務

- 1 経理・財務の定義
- 2 社長がするべきこと
- 3 有視界飛行と計器飛行
- 4 財務三表
- 5 7つの計器
- 6 最も大切な計器
- 7 資金調達「8つのルート」

10 チームビルディング

- 1 チームをつくる意味
- 2 理想のチーム
- 3 5つの覚悟
- 4 理想のチームの「屋台骨」
- 5 チームの3大要素
- 6 チームを設計する
- 7 最大の障害

11 仕組み化

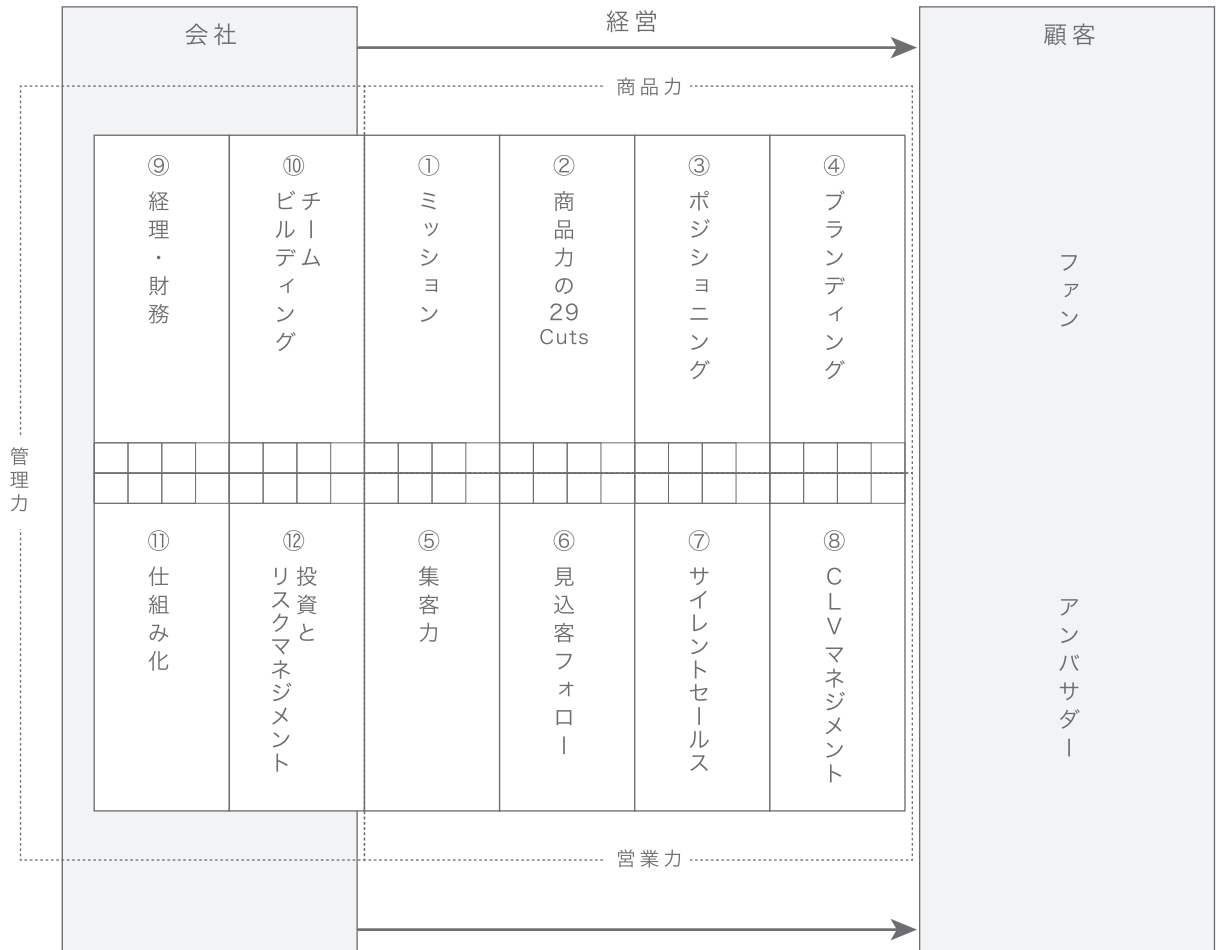
- 1 仕組み化の定義
- 2 なぜ仕組みにするのか？
- 3 仕組み化のゴール
- 4 多くの会社が仕組み化できない意外な理由とは？
- 5 仕組み化の3ステップ
- 6 仕組みの「5つの要素」
- 7 仕組み化の「仕組み化」
- 8 究極の仕組み

12 投資とリスクマネジメント

- 1 投資の定義
- 2 投資センスの磨き方
- 3 最も賢い投資
- 4 再投資「4つの選択肢」
- 5 還元という再投資
- 6 リスクマネジメント
- 7 リスクを最小化するための「パッチワーク24」



ビジネスモデルの完成度



各分野のプレジデントノートを上図のように並べると
ビジネスモデルの完成度が可視化されます。



明日からすべきこと

1	
理由	
2	
理由	
3	
理由	
4	
理由	
5	
理由	
6	
理由	
7	
理由	
8	
理由	
9	
理由	
10	
理由	



一時的な成功ではなく
継続的に成功し
関わる人たちから
尊敬され愛されるような会社が
増えることを願っています。



PRESIDENT ACADEMY

「経営」と「社長の仕事」が学べる〈社長の学校〉