



Success! Weekly Letter

企業の成長発展には「売上より利益が重要」は本当か？



ビジネスにおいて、「売上より利益が重要」とよく見聞きしますが、本当にそうでしょうか？

確かに、経営環境などの変化により売上が伸びない場合、多くの経営者や経営幹部は経費を削減し、出費を抑えて、利益を確保しようとします。つまり、縮小均衡の路線へと向かい出すのです。しかし、企業が縮小均衡の道を歩み始めると、その企業のビジネス全般に勢いが失われるのは避けられません。1～2年の短期間で済むのであればまだしも、最悪なのはその状態が何年にもわたって続き、ダラダラ縮小していくパターンです。

確かに利益は重要ですが、利益が出なくても会社経営を続け、投資を行い、苦境を乗り越えた企業の例はたくさんあります。あのアマゾンがよい例です。創業者のジェフ・ベゾスは、赤字が続こうとも、投資の旗を決して降ろしませんでした。会社がどれほど赤字であろうと、財務内容が悪くても、資金繰りさえ続けられれば潰れることはありません。つまり、**企業の成長発展には「売上より利益が重要」とは言えないのです**(時と場合によります)。

企業の成長発展は、経費削減のみでは不可能で、いかに売上を伸ばしていくかにかかっています。ただ、いくら企業が売上を伸ばしたいと思っても、それは企業の勝手な思いでしかありません。顧客がいなければ、そして、顧客がお金を払ってくれなければ、売上など立つはずもありません。顧客が求める商品やサービスを提供し、お金を払ってもらえるかどうか。これは経営の原点です。

経営環境の変化により業績が悪化した場合、それに合わせて会社経営を自ら変化させていくしかありません。フィットネス業界では、chocoZAP(チョコザップ)がよい例です。RIZAPグループがコロナ禍の最中に起死回生を図り、新業態を生み出しました。そして、わずか1年5カ月で業界 No.1 の会員数 101 万人を達成しました。そう、**企業経営はいつも守りだけではなく、攻めが不可欠**なのです。

「最も苦しい時こそ、事業機会」とはよく言ったものです。これ以上悪いことはないと考えることができれば、今まで行動をためらっていたことや新しいことにも挑戦できるのではないのでしょうか。経営危機にある会社にとっては、今まさに転換点を迎えているわけですが、見方を変えれば、事業を再構築して成長発展につなげる機会でもあります。

これを機に、新規事業や新商品開発、新技術の活用に取り組みましょう。「何が何でもやる！」という強い意志と断固たる行動で前進しましょう。そうすれば、あとは目標に向かってひたすら突っ走るだけのことです。あなたの行動を応援しています。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。