2007年3月の格言

平成１９年３月の格言は「低収益商品の切捨て」です！

企業の利用できる資源の効果を高めるには
低収益商品を切り、それを高収益商品に投入する以外ない！

「捨て去る」ことの難しさは
現実には想像以上である。

ところで・・・

低収益商品を捨てるといっても
「どれが低収益商品であるか」について
伝統的な全部原価計算でやると
とんでもない間違いを犯すのである。

折角の意思決定も、その根本から間違っては大変である！

低収益で赤字の商品でも
付加価値を生み出している限り
それを捨てると、それによって得られていた
付加価値まで失うのだ。

一方、固定費はほどんど変わらないから
会社全体としてはマイナスになるのだ。

だから・・・

低収益商品を捨てる場合には！

それに代わる　より高収益商品がなければ
それによって得られていた付加価値分だけ

会社の収益が減る！
と思っていれば、意思決定を誤る事はないのである。

一倉定先生著の社長学　第７巻「社長の条件」より