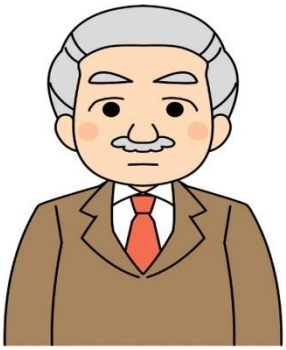
売上を分解すると？

社員研修マンガ教材



A課長

こちらは、とある会社に勤務する課長のＡさんです。

なにやら、悩んでいる様子です。

『うーん、今度、新入社員研修を担当することになったんだけど、「会社の数字」、特に、売り上げとか業績に関することも伝えたいんだけど、基本中の基本だけでも良いのだけれど、どういう話をしたら、わかりやすく伝えられるのだろうか、悩むなぁ』

『そうだ、先日、課長職研修に来てくれた研修講師の先生に相談してみよう』

こうして、Ａさんは、研修講師の先生のところに相談に行きました。

研修講師

会社の数字
売上・業績

研修講師

利益＝
（　）－（　）

　こちらは、研修講師の先生です。
『こんにちは。Ａさん、先日の研修はお疲れさまでした。ところで、今日は、どういったご相談ですか？』

『はい、実は、私、今度、新入社員研修を担当することになりまして。その際、「会社の数字」、特に、売り上げとか、業績に関することで、基礎中の基礎だけで良いので、伝えたいと思っていまして。
　でも、実際、考えてみると、何を伝えようか、迷ってしまっているのです』

『なるほど、そうなのですね。新入社員の方に、会社の数字の基本をわかりやすく伝えたい、ということですね。なるほど。もしかしたら、私が普段、研修でお伝えしていることが参考になるかもしれないので、よかったら、今、お伝えしてもいいですか？』

『はい、ぜひ、お願いします』
『はい、わかりました。それでは、例によって、毎度ながら、クイズから入らせていただきますね』

『では、まず、はじめに、会社に残る「利益」イコール「〇〇引く〇〇」で表されるのですが、なんだと思いますか？いろいろな答えがあると思うので、なんでも、思い付いたことをおっしゃってみてください』

『利益ですか、えーと、そうですね。うーん、パッと思い浮かんだのは、利益イコール「受け取ったお金」ひく「支払ったお金」でしょうか？』

『なるほど、それも正解ですね。ほかにも、少し硬い表現で言えば』

利益＝
売上－経費

売上
　増やすには？
経費
　減らすには？

シンキング
タイム

『利益イコール「売上」引く「経費」とも言えますね』

『なるほど、そうですね。それはしっくり来ました』

『はい、そうすると、新入社員の方には、なるべく売り上げを上げることと、なるべく経費を下げることで、その差額が利益になってくる、会社の儲けになる、会社の儲けからみなさんのお給料が出てくる、ということを、まず考えてもらえるのではないかと思います。
　そこで、たとえば、それぞれの部署や立場で、それぞれ、今よりもっと売上を増やすにはどうしたらよいか、また、経費を減らすにはどうしたらよいか、それぞれアイデアを考えてもらって、意見交換タイムを設けると、より学習効果が高まるかもしれませんね』

（シンキングタイム：それぞれご自身の立場で、今よりもっと売上を上げるためのアイデア、今より経費を下げるためのアイデアを考えてみてください）

『さらに、この売上ですが、よりいっそう、アイデアを思いつきやすくする方法があります』

『へー、アイデアを思いつきやすくする方法ですか、ぜひ、教えてください』

売上＝
①×②×③

『はい、それは、難しいことは、分解してみる、ということです。
　どういうことかというと、売り上げを３つに分解してみます。
　具体的には、売上イコール①かける②かける③で表されます。
　これ、なんだかわかりますか？色々な答えがあると思うので、なんでも、思いついたことをおっしゃってみてください』

『うーん、なんだろなぁ。三つですか。うーん。たとえば、労働時間と実績と熱意かな』

『なるほど、それも一理ありますね。
　ちなみに私が用意していた答えは』

①客数
②客単価
③リピート

『売上イコール①客数かける②客単価かける③リピートです』

『あー、なるほど、それはわかりやすいですね。そうすると、この３つに分解すれば、それぞれ、アイデアの方向性がわかりやすくなって、思いつきやすくなると思いました。ありがとうございます。さっそく、これで考えてみたいと思います』

＜ディスカッションテーマ・質問項目の例＞

・ご意見、ご感想は？

・あなたの会社で、①客数、②客単価、③リピート、が増えることは、なんだと思いますか？

・あなたの職場で改善しようと思ったことはありますか？

・あなたの職場で誰と誰が連携・協力すると良いと思いますか？

＜研修活用場面・ねらい＞

昨今の厳しい経営環境の中で生き残る会社になるために、売上や利益をいかに増やすかについて全社員の意識向上・共有の必要性が高まっています。

そこで、受講者の方に、どうやって売上や利益を増やすかについて、考えていただくために、この教材を活用することが考えられます。これにより、

①会社経営の改善点を考える

②自身の立場を超えて職場での改善のアイデアが思い浮かぶ可能性がある

③それらを意見交換することで人それぞれ色々な考え方があることが理解できる

④意見交換によりコミュニケーションが増える

⑤職場でお互い様・助け合いの気持ちが増える、

という研修のねらいがあります。

＜ポイント＞

ケーススタディ型の研修は、講師が知識を教える、指導する情報提供型の研修ではありませんので、受講者の方が「考える」時間が大切です。「考える」時間が受講者の**意識や行動の変化・成長、ひいては業績向上**を促します。逆に、指導や押し付けをしてしまうと思考停止になってしまうため、受講者の意識・行動の変化や成長につながらない可能性があり、注意が必要です。

受講者が自ら考えて、自ら意識や行動を変化させて成長していただくために、受講者が「考える」時間、シンキングタイムを取っていただければと思います。

その際は、「紙に書く」ことで思考をまとめやすくなり、また思考を表現するトレーニングにもなりますので、ワークシート（プリント・レジュメ）を配布することをオススメします。また、記載された内容を確認することで研修の「効果測定」も可能になります。

そのうえで、紙に書いた内容を二人一組やグループで発表し合うことで、他者の意見・アイデアによってヒントや刺激を得ることができたり、自分と違う意見に触れることで人それぞれ色々な意見・考え方があることを再認識していただいて、他者への思いやりや配慮を促進し、コミュニケーション・チームワークの強化につなげることをオススメします。

また、講師の側で全く想定していない回答が出ることはよくあることであり、それも貴重な情報といえます。その職場固有の事情によるものなのか、受講者個人の事情によるものなのか、さまざまな事情があると思われ、それらを確認・検討する材料になるからです。

＜よくあるご意見・ご感想＞

・会社経営の大変さがわかった

・目の前の仕事にばかり集中していて、会社全体のことを考えていなかった

・お給料がもらえるのは当たり前じゃないと思った

・節約の大切さを再認識した

＜着眼点の提供＞

なお、講師の側から知識の指導をすることは想定しておりませんが、ヒント・着眼点を提供して、さらに受講者の方に考えていただくことはあります。

今回のケースでいえば、ヒント・着眼点としては、以下の項目が挙げられます。

①各自の立場ごとに、どうすれば業績が良くなるか、アイデア出しをしてみる

②客数アップ、客単価アップ、リピートアップのそれぞれについて、一般的には、ほかにどのような手法があるのか、調べてみる