

再編時代の 経営革新

第12回

コラム「再編時代の経営革新」は、第1クール「経営者への提言」に続き、今回より「間接費の削減策」と題したシリーズを始める。この連載では、「間接費」と称するが、経常利益に与える影響は直接的なのである。かかる費用である「現場原価」を「企業が支払う総コスト」のうち、「工事に直接関連する」。

売上高から現場原価と間接費を差し引いたものな
れど、企業の経常利益は、

①現場に直接関与しない
社員の給与、賞与②役員の

で、経常利益を増やすためには、売上高を増やすか、間接費と現場原価とを削減しなければならない。つまり、「間接費」は「間接」の連載では、「間接費」を「企業が支払う総コスト」のうち、「工事に直接関連する」。

さて建設業、建設関連業においてかかる費用である「現場原価」を除くすべてのコストと定義する。大まかにいうと、企業の経常利益は、

給与、賞与③本社、支店、ある協力工場の専務さんと當業所の管理費(事務所賃料、文具など、現場運営に関連するものを除く)④當業経費(交通費、飲食費など)⑤販売促進費(チラシ、広告費など)

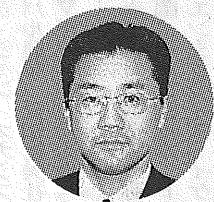
建設業界における間接費の平均値は売上高の8~9%である。これよりも間接費の比率が高い企業は、社内にムダが存在していると見て間違いない。このように言うと、「社内にはもうムダはない。ギリギリでやっているぞ!」とおっしゃる方がいるかもしれません。

先日、某大手自動車メーカーに部品を供給している

間接費の削減策①

「間接費削減に限界はない」

ハタコンサルタント 降旗 達生
代表取締役



ある協力工場の専務さんと当業所の管理費(事務所賃料、文具など、現場運営にその自動車メーカーは、新車を生産したときから、モーテルエンジするまでの約4年間、協力工場に対して毎年1~2%の「コストダウン」を要求するのである。

しかもそれは最近のことであ

はなく、昭和40年代から続

いているのだ。それに対

応できない会社は、消えて

いることである。

同じ日本人のやるこ

うではない。建設業界も、

はずはない。建設業界も、

世界を制覇した自動車メー

カーから大いに学ぶべきで

ある。