

特集

「日本一わかりやすい会計の基本⑦」～数字を対策に結びつけるための「原因追求」

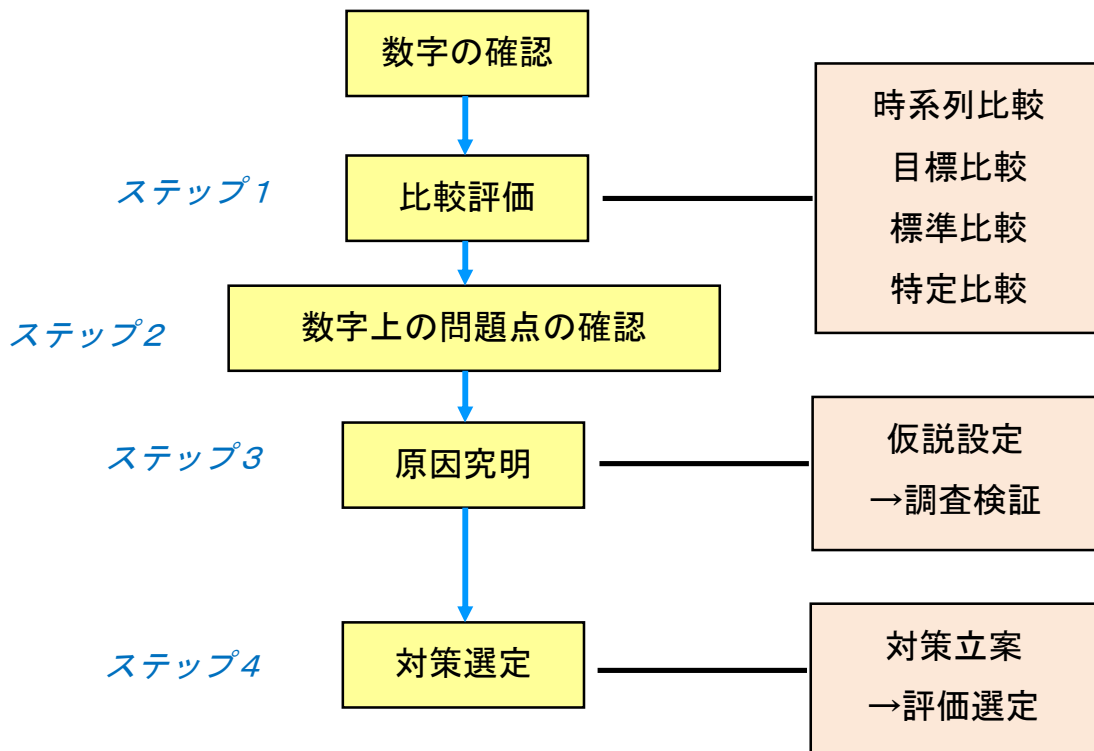
今、本誌では「日本一わかりやすい会計の基本」というテーマで特集しています。
今回もその続きです。

● どのように「数字」を「対策」にどうやって結びつけるか？ ～前回の復習を踏まえて

前回の本誌では、「家計簿」を例にとりながら、「数字」の「対策」への結び付け方について確認しました。

「数字」は、単なるスタートに過ぎません。

「数字」を「対策」に結び付けるための基本的な手順は以下の通りです。



※前回から、若干修正を加えています。

ステップ1：比較評価

単に数字を確認しても、以前と比べて、「良くなっているのか／悪くなっているのか」、そもそも「良いのか／悪いのか」は分かりません。

そうした判断をするためには、いろいろな角度から「比較評価」することが必要です。

比較の角度としては、以下の4つです。

- ① 時系列比較・・・過去の数字との比較
- ② 目標比較（予算比較）・・・自分が立てた目標や予算との比較
- ③ 標準比較（平均比較）・・・一般的／標準的な数字と比較
- ④ 特定比較（ライバル比較）・・・置かれている状況に近いライバルとの比較

ステップ2：数字上の問題点の確認

ステップ1の比較から総合的に見て「問題点」を見つけます。

例えば、家計が赤字であれば、昨年と比較して特に多くなってしまった費目は何か？

他の家庭と比べて、特に出費が多いのは何か？

このような視点から、「改善すべきもの」を見つけます。

————— ここまで復習 —————

ステップ3：原因究明

さて、ここからが新しい話になります。

例えば、家計を分析して、比較評価をした結果「被服費」と「交際費」が問題だったとします。

しかし、これはあくまでも「数字上の結果」。

「あなたの服はこれから全部ユニクロにするからね」と言われても、さすがに納得しにくいでしょう。

・なぜ、被服費が高いのか？

・なぜ、交際費が高いのか？

「結果」には、必ず「原因」があるはず。

しっかり原因を究明して、それに合致した対策を講じることが大事です。

原因究明の中での落とし穴は、「先入観による決めつけ」です。

人は得てして、「××に決まっている！」と、すぐに結論を出したがりますが、それはさすがに危険です。

例えば、「熱がある」患者に対して、何も確認せずに、「それでは風邪薬を処方しましょう」は無いですよね。

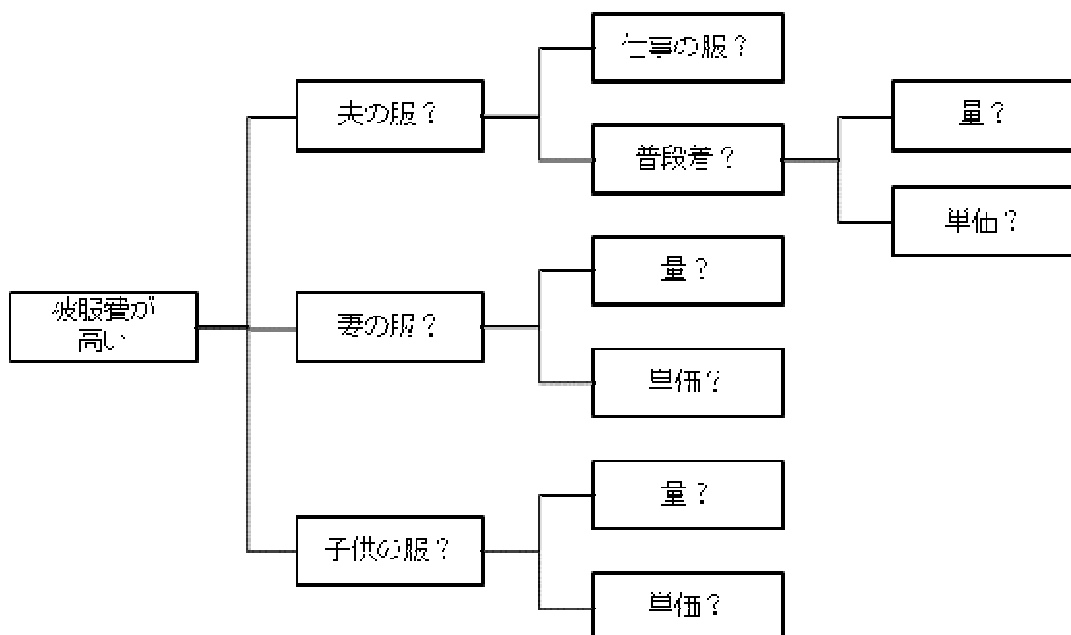
インフルエンザ等、風邪とは別の原因だったら、当然、熱は下がらないし、場合によっては逆効果になることもあります。

問題解決の基本は、まずは、しっかり原因を確認すること。

そのためには、以下の2つのステップを踏みましょう。

ステップ①：仮説の設定

まずは、「原因」として可能性がありそうなことを、網羅的に考えてみます。「被服費」に関しては、以下のように整理できるでしょう。



被服費が高いといっても、その原因は、夫の服なのか？ 妻の服なのか？ それとも子供の服なのか？ また、夫の服の場合は、仕事の服なのか？ 普段着なのか？ さらに、それぞれ普段着の場合は、量、すなわち多くを買い過ぎなのか？ あるいは、買っている服の単価が高いのか？

いろいろな原因が想定されます。

また、仮説をつくる際は、上記のように論理的、体系的に考えれば、重要な原因が「漏れる」可能性は少なくなります。

ステップ②：調査検証

想定される原因の中で、何が本当の原因なのか？

それを確認するためには、やはり調査が必要です。

基本的な考え方は、問題に対して「影響度が高い」ものを探すことです。

例えば、服だったら、どんなものを、どれだけ、いくらで買ったのか？

振りかえってみます。

原因は「子供服の単価が高かった」と、ひとつのことに特定されることもあれば、子供服に加え「妻の服も高かった」と複数の場合もあります。

また、妻の服に関して、さらに原因を深掘りしてみたところ「結婚式用の服を買った」という、やむを得ない特別な場合もあるでしょう。

そういう場合は仕方なし。

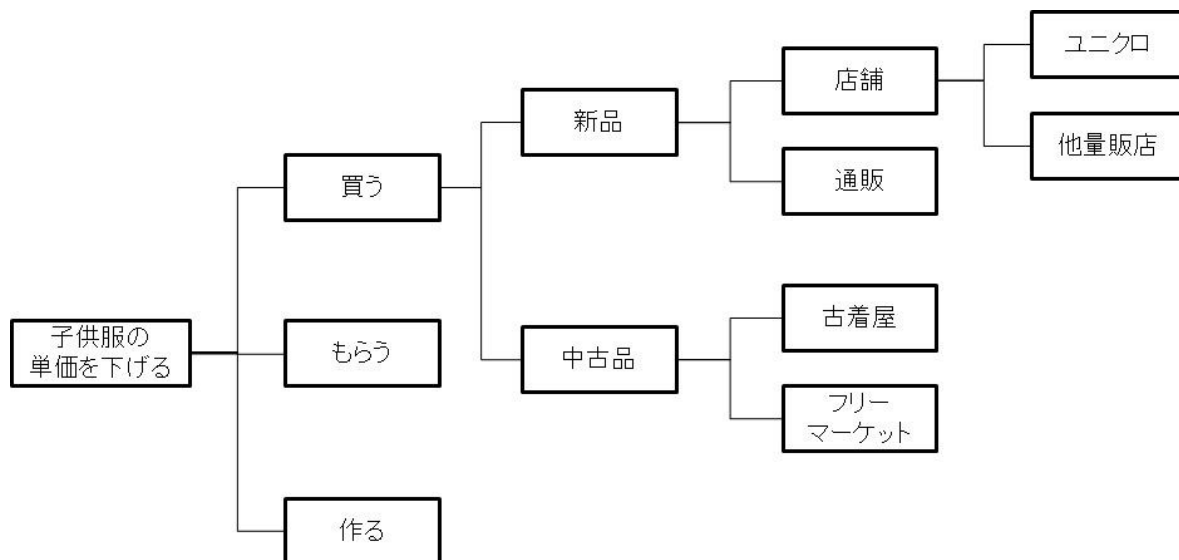
「被服費」とは違う、他の費目に目を向けることになります。

ステップ4：対策選定

最後は、対策の選定です。
ステップ3で確認された原因について、具体的な対策を選びますが、手順としては、やはり以下のような2つの段階を踏みます。

ステップ①：対策の立案

「子供服はユニクロにしよう！」
これまた単純すぎますね。
もちろん、それもひとつの案ですが、それ以外の方法はないでしょうか？



「買う」のではなく、「もらう」ことができれば、単価は下がるどころか、「ゼロ」になります。
子供服は、大きくなれば着れなくなるもの。
我が家でも昔、少し大きな子供がいる親戚に「子供服って結構高いよね」なんて話をしたら、山のような服をいただいたことがあります。
また、もし時間があれば、「作る」ことだって考えられるでしょう。
さらに、買うにしても「新品」ではなく、「中古品」を買えば、単価を下げるができます。
新品にしても「店舗」で買うだけでなく、「通販」という方法もあります。
「××しかない！」という決め打ちではなく、「柔軟な発想」が大切ですが、この場合もステップ3の「原因分析」と同様に、論理的、体系的に整理すると考えやすいです。

ステップ②：評価選定

最後は、実際に行う対策の絞り込みです。
やり方としては、上記①で列挙された対策を評価します。
基本的な考え方は、以下の通りです。

実施すべき対策 = 「効果がある（期待効果）」 かつ 「実施しやすい（実行容易性）」

ほとんど効果が無ければ、実施する意味はありません。

また、いくら効果があっても、できなかつたり、やりくりにいものもあるでしょう。
「期待効果」と「実行容易性」の2面から考えて、自らの状況に応じた対策を選定することが必要です。

<次号に続く>