

# 人力したデータを

# 経営分析に活かす

## プロジェクト別会計

会計業務への一丁（情報技術）  
活用は業務効率向上に非常に有効であることがわかった。ここでは、もう一つの効用である、経営分析へのデータ活用法を見ていく。

性】 いよいよのれよ  
会計ソフトは、損益計算書や貸借対照表、そして決算書も自動計算により簡単に作成できる。作業スピード

The illustration depicts a salesperson in a blue suit holding a briefcase, and a manager in a grey suit. They are surrounded by pink thought bubbles containing Japanese text. The salesperson says: "こんにちは 何か ありませんか" (Hello, do you have anything?). The manager replies: "「何か」じゃなく こちらがほし 持ってきてく" (It's not 'something', it's what we want, bring it). Below them, a large yellow checkmark is crossed out with a red line, and the text "×さん 最近冷たいな" (X-sensei, you've been cold lately) is written. In the bottom right corner, there is a red box labeled "会計" (Accounting) with a small arrow pointing upwards.

ト（OBC）では「これらの分析は企業の大小にかかわらず、むしろあまり規模が大きくない企業にこそ大事になつてきています」と現状を分析している。「うちは規模が小さいからそこまでやらなくても…」と躊躇している状況ではないのだ。

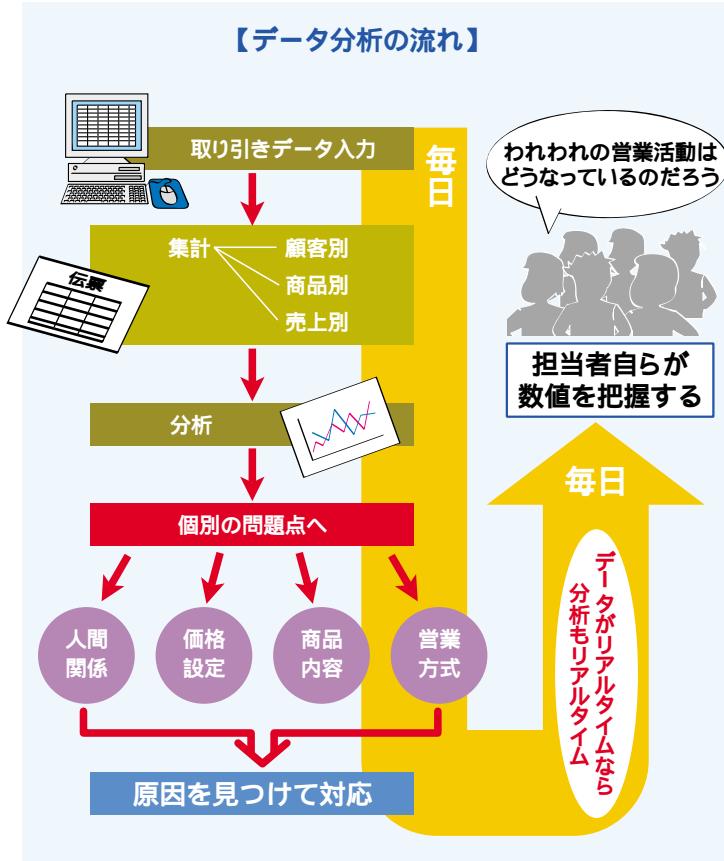
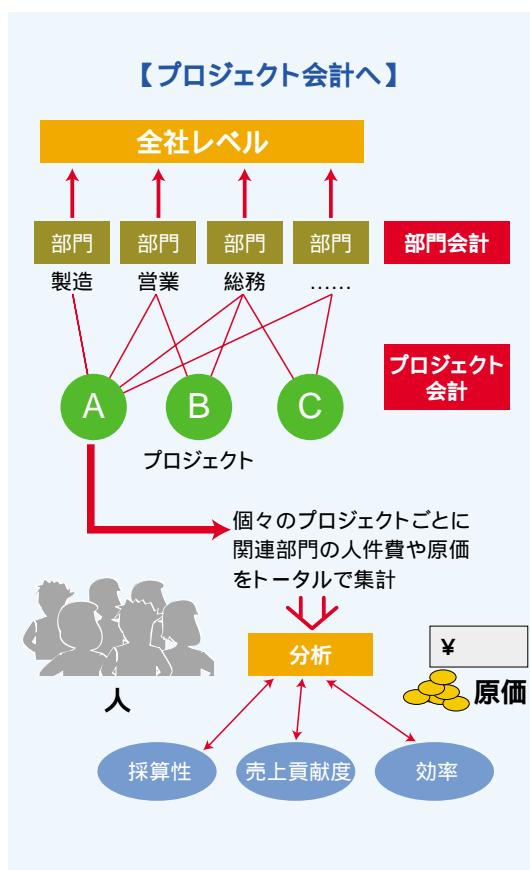
会計ソフトには前年・前月比の推移表や損益分岐点計算、ABC分析など、種々なツールが付属している。これらを活用して多彩な分析を行つてこそ、日々入力したデータが生きてくるのである。

## まずは販売管理から

決算などの財務管理は経営者レベルの話だが、同様のことが担当者それぞれにも要求されるようになつてきた。

例えば営業を例にとると、企業間取引においても、これまでの慣習や「おつきあい」による関係は通用し

The figure shows a screenshot of a Windows application window titled '勘定奉行' (Kanketsu Seisho). The main area contains a graph with two intersecting curves: a blue curve labeled '販売額' (Sales Revenue) and a red curve labeled '総費用' (Total Expenses). The intersection point is marked with a vertical dashed line. Below the graph is a table with several rows of data. At the bottom of the window, there is a status bar with Japanese text.



伝票処理は、このように分析に活用される」とことで、さらに価値を高めるのである。

また、原価割れするような極端な値引きも利益への貢献度として見ればマイナスだ。担当者一人ひとりが、商品の原価を理解したうえで営業活動を行うことが不可欠といえる。

つまり、個々の社員にも、取引データや商品收支など、会計情報の把握が求められているのだ。

現在流通している会計ソフトは財務会計を対象にしたもののが大半を占めるが、OBCの勘定奉行シリーズには、プロジェクト管理にも対応した製品「勘定奉行[個別原価管理編]」がある。プロジェクト別に管理資料を作成でき、予算管理やリアルタイムの原価管理が可能だ。

一つした付加価値の高い製品を使って、縦横無尽に経営分析を行つもの有効である。

けの資料ともいえる財務会計と同時に、社内の利益構造をつかむための管理会計をスピーディに行なうことが重要度を増してきた。

まずは部門ごとの収益管理、あるいはプロジェクトごとの収益管理へと進める」とことで、売上数値や全社レベルでの集計ではわからない企業活動の現実が見えてくる。一つひとつ のプロジェクトについて、「採算性が取れているのか」「売上への貢献度はどのくらいか」「効率はよかつたのか」などを判断できるようになら。

ト(OBC)では「これらの分析は企業の大小にかかわらず、むしろあまり規模が大きくない企業にこそ大事になつてきています」と現状を分析している。「うちは規模が小さいからそこまでやらなくても…」と躊躇している状況ではないのだ。

会計ソフトには前年・前月比の推移表や損益分岐点計算、ABC分析など、種々なツールが付属している。これらを活用して多彩な分析を行つてこそ、日々入力したデータが生きてくるのである。

## まずは販売管理から

決算などの財務管理は経営者レベルの話だが、同様のことが担当者それれにも要求されるようになってきた。

例えば営業を例にとると、企業間取引においても、これまでの慣習や「おつきあい」による関係は通用し

なくなってきた。営業担当者が定期的に顔を見せ「仕事はないですか」と御用聞きしているだけでは、受注できない。顧客が望む商品、顧客の問題解決になる商品を提案することが求められているのである。

「提案」のベースとなるのはやはりデータだ。過去の販売実績データから相手企業の傾向をつかみ、急に受注が止まった商品などの問題点を抽出して、分析を行う。この分析に競合会社情報や定性的データを加味して、新しいアプローチ方法を考えるべきだといふ。