

# 「今こそ、"キャッシュフロー経営"のススめ⑥」

vol.14

中小企業診断士／飲食専門コンサルタント 鈴木 秀 樹

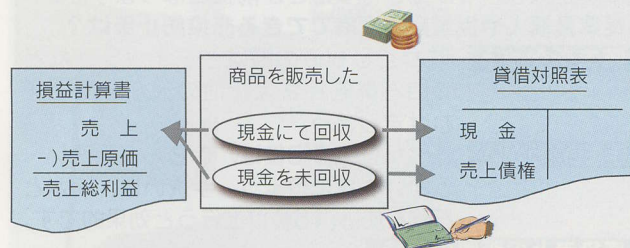
前は、発生主義について「仕入れと費用」に関して説明しました。今回は、「収益（売上）」の認識について説明していきます。

## 【収益（売上）の計算】

売上、つまり自社の商品を販売した場合、現金収入があろうとなかろうと「売上」が計上されます。いわゆる、「売掛金」「受取手形」に代表される「売上債権」による売上計上となるわけです。

・・・新規開拓を厳命された営業マンが商談の最終段階で苦し紛れに「では、毎月末日締め翌月末日に3ヶ月の手形支払で結構です・・・」なんて言ってしまう・・・これが企業の資金繰りを圧迫し、社長の仕事を「戦略立案業から、資金繰り業・金借り業」にするのであるが・・・。

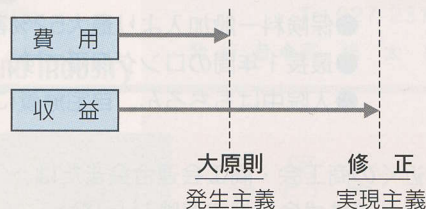
話が逸れましたね・・・、本線に戻しましょう。



大原則は、「売上も費用と同様に、発生した時点で（現金入金があろうとなかろうと）、収益として認識する」ということですが、一部、原則の修正があります。企業会計原則では、「損益計算書原則～A」において、下記のように定めています。

「すべての費用及び収益は、その支出及び収入に基づいて計上し、その発生した期間に正しく割当てられるよ

うに処理しなければならない。ただし、未実現収益は、原則として、当期の損益計算に計上してはならない。」



## 一般的な販売契約における収益認識基準

- ①出荷基準：製品、商品等を出荷した時点で収益を認識する。
- ②引渡基準：製品、商品等を得意先に引き渡した時点で収益を認識する。
- ③検収基準：---得意先が製品等の検収をした時点で収益を認識する。

●発生主義の原則：厳密に従えば、売上契約の発生時点「両者の合意」、一番簡単なのは「口頭での取引の合意」、つまり「買うよ」→「ありがとうございます」でOK！

●実現主義の原則：上記の通りでは、企業経営の大きな使命の一つである「株主への利益還元（利益処分）」の裏付けが希薄になります。これでは、株主が安心して資金提供をすることが出来ません（借入の場合も、借入金返済の原資の裏付けが希薄になります）。そこで、上図の右囲みのように収益の認識基準が、より信頼性の高い「実現主義」に修正されているのです。

こんなことから、収益の認識は「大原則：発生主義」→「一部修正：実現主義」となります。

今回の「マネジメントのイロハ」はここまで・・・。

## 【11、12月のマーケティング教室】

### ① 使えるキーワード

〔11月〕文化祭の打ち上げ、爺・婆と一緒に七五三、紅葉狩り向け彩り弁当、ボーナス予約で早期割引  
〔12月〕お歳暮の早期割引フェア、クリスマスフェア（〇〇合同クリスマス、家で豪勢！クリスマスセット）

### ② 飲食店の集客キャンペーン

今年の年末商戦は厳しいですよ・・・、言っちゃいました・・・!! でも、そのつもりで準備が必要です。そのための大原則（いつもコラムに書いている通り）に従って、しっかりと準備をすれば大丈夫です。

- 1) 早期の仕掛け：スケジュールを立てて、早め早めに動きましょう。営業活動開始は、11月初からです。
- 2) ターゲットの絞込：いろんなお客様に来てもらいたいのは山々・・・。そこをグッとこらえて、自店の顧客層を守りましょう。
- 3) データ取り：予約時、割引券、等々で「顧客リスト」を作りましょう。来年からの財産になります。
- 4) 年内にDM送付：忘年会ご来店のお礼、新年会の早期予約割引案内、お年玉キャンペーン券、1月のお薦めメニュー。お店のことを忘れないうちに、種まき種まき・・・。

忘年会は新規顧客開拓が出来る機会ではありますが、「取りこぼす」お店が多いのも事実です。リピータは、黙っていても作れません。「仕組みと仕掛け」で、「顧客を囲い込み」しましょう。

コラムに記載の内容、およびそれ以外にも中小企業経営に関してお悩み・ご質問等がございましたら、お気軽にお問い合わせ下さい。ご相談は無料です。お問い合わせ先：群馬県商工会連合会 経営支援部 経営支援課 TEL：027-231-9779