

儲けは条件であって目的ではない

企業の目的と儲け

企業の目的は、儲けにあるという誤解が多い。企業の目的は儲けではないのである。

企業の目的は、お客に満足を提供することである。食堂業なら食べものを提供することによってお客に満足をしてもらうことである。

お客の満足の証明は、一度利用したお客が、また再来客となって来店してくれることである。企業としての食堂業は、その再来の回数が、二、三度で終わるのではなく、繰り返し繰り返し日常的に来店利用してもらうことである。

お客の日常生活の中でなくてはならない店であることが肝心なのである。

客席数が20くらいで、オーナーが板前やシェフで、かみさんが仲居で営業しているような個人営業なら、特殊なグルメ、それも金持ちや社会的ステイタスの高い、一部の人々だけに、極めて稀な機会に利用されるだけで存在理由がある。それにしても、一度来店したお客は、たとえその後再び来店で

きなくても、もう一度でいいから「あの店で食べたい」と思い続けさせることである。

しかし企業として食堂をやるからには、右のように特殊な名声店のような存在ではなく、国民の八割方の人々の日常生活に貢献する店でなければならぬ。

そのためには、客数の増加こそ存在理由の証明なのである。

逆に名声店では、客数を限定しなければ名声が維持できない。客数を増加させれば、板前やシェフの特殊技能でこなせる料理の数の限度をオーバーしてしまうからである。

企業でも個人営業でも、目的は再来客の存在であるのは共通である。しかし前者（企業）は、増加する再来客であり、後者（個人営業）は、限定された少数の再来客、あるいは再来願望客が目的遂行の証明となる。

さて、一方の儲けは、企業でも個人営業の場合でも、目的ではない。目的ではないけれど、事業を

存続し続けるためには、絶対必要
欠くべからざるものである。

それは、不可欠条件であつて目
的ではない。この条件を目的と誤
解することがしばしばあるのであ
る。

条件は、目的遂行の手段である。
手段あるいは存続の条件としての
儲けとはどういうことか。

儲けは事業の遂行の結果、自ら
確保した資金増加分である。

それは創造的資金と呼んでもい
い。

資金は、銀行のような金融機関
や、親戚のよつな個人からの（１）
借入金とか、仕入先からの一時的
な材料仕入代金の借り、すなわち
（２）買掛金や、オーナーである
株主や出資者からの（３）資本金
あるいは出資金などで調達する。

それらは、すべて事業外の資金
源から提供された資金である。こ
のほかにもっと重要な資金源があ
る。それは、事業自体が自らの目
的遂行により、その結果確保する
創造的資金すなわち（４）儲けで
ある。

これら四つの資金調達源は、そ
れぞれ重要である。その中でもつ
とも基本になるのは（３）の資本

金・出資金と（４）の儲けによる
資金創出である。

（４）の創出資金は、ほかの三
つの資金源が安心して資金を提供
してくれる信用の基礎となる。事
業が儲かっているから銀行は資金
を貸してくれる。仕入先は代金を
一時的ではあれ持つてくれる。資
本などの出資者は、出資をしてく
れる。

儲からない事業は、いつかは資
金が続かなくなつて消滅する。

赤字の店は、ビジネスでは罪悪
なのである。儲けは、人間の体で
いえば、血液であり、新しい酸素
なのである。

人の生くるはパンのみにあらず
という聖書の言葉の「パン」なの
である。

パンも大切であり、目的も重要
である。その両者が同時に必要な
のである。