



解説	
① 拠点単位での予算は②中長期計画のKGI(重要業績指標)から落とし込まれる	②中長期計画のKGIは主に売上高・粗利益・社員数などであり、その根拠は③組織ビジョンの視点と④財務の視点から成る
③組織ビジョンは情景ビジョン(右脳的; 動画で思い浮かべられる景色)と、状態ビジョン(左脳的; 数字)に分かれ、②には状態ビジョンが直結する	④損益分岐点(BreakEvenPoint)は損益計算書上の収支からの計算と、キャッシュフロー(CF)からの計算があるが、CFの方がよりシビアで現実的である
⑤拠点側の積上げという点で、昨年度対比が散見されるがそれは結果であり参考程度の指標にしかならない(昨年を上回ったから良いというわけでもない)	⑥顧客管理をしっかりとできているような業種(メンバーズカードが作成できる、営業担当が訪問している)であれば、この方法が理想的
⑦商品管理がしっかりとできている(商品ごとのバーコード管理、一品ごとの粗利管理)ような業種であれば、この方法が理想的	⑧数字を分ければ対策が分かり、行動が変わり、行動が変われば成果が上がる