



## 《経営の知識》すぐやろう！単年度予算策定③

### はじめに

今回は、具体的な部門分けや、予算の策定基準等について、ご案内しました。今回は、計画策定に役立つ「カレンダー」についてご案内いたします。

### 1. イベントをカレンダー化する

営業計画		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
会社行事	内容													
	想定コスト 前年比較													0 0
広告宣伝	内容													
	想定コスト 前年比較													0 0
新規採用	内容													
	想定コスト 前年比較													0 0
コスト計		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
前年計		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(図表1)

予算策定の際には、あれやろう・これやろうと、話しているだけではまともりません。大事なのは、何をやるか、いくらかけるか、ということです。

図表1のように、やること、広告宣伝、採用等、発生するイベントによって想定される動き+コストを算出しておきます。項目は必ず上記のようになるわけではなく、やる内容によって変化しますが、前回ご案内した部門単位や企画単位で記載しておくことが望ましいでしょう。

予算の差異は、「想定していなかったコスト」が発生してしまうケースが散見されます。事前にコスト計算まで落とし込むことによって、具体的なイメージも膨らみ、そもそもやるかやらないかの判断材料にもなります。

### 2. 行動計画も作成しておく

やること	数値目標/確認方法	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	計画												
	実績												
	計画												
	実績												
報告	報告日												
	報告受領印												

(図表2)

イベントの計画ができれば、今度は行動計画の策定です。もちろん、数値計画とのすり合わせが必要になりますが、やることを決めないと、数値も決まりません。予算策定は、実現可能性の低い数値計画を作るだけでは意味がありませんので、数値と同レベルで行動計画が必要です。

また、行動計画を策定する際も、できるだけ数値化することが大事です。数値化することによって、達成基準がわかりやすくなり、具体的な行動化と進捗管理に役立ちます。

### 結び

今回は、計画策定後の進捗管理についてご案内したいと思います。

(担当：横瀬)