

ビジョンとお金を両立して、
社長と社員が

夢や人生観を 語り合える世界

を目指して。



キャッシュフローコーチを活用して得られる3つの成果

- 1 漠然としたお金の悩みから解放され、本業に専念できる！
- 2 うまく言語化できずモヤモヤしていたことが言語化され、行動が加速する！
- 3 社員にも採算意識が芽生え、立場の違いからくる危機感のズレやギャップが縮まる！

1 漠然としたお金の悩みから解放され、本業に専念できる！

1年間の経営活動にともなうお金の流れを、

1枚のシートで俯瞰できる「キャッシュフロー計画表」を策定します。

はじめの3カ月間でこれをつくった後は、経営の舵取りはこれ1枚でOK！

社長はもはや、小難しく何枚にもわたる決算書や試算表を読む必要がなくなります。

なぜなら、これ1枚の中に経営の意思決定に

必要な情報がすべて盛り込まれているからです。

そのあとは月に1回、顧問税理士がつくってくれた試算表を

キャッシュフローコーチにFAXするだけ。

月1回のコーチとの面談にて、その数値目標の達成状況を確認しつつ、

日常の経営課題、とりわけその時点での

「お困りごとトップ3」についてコーチングを行います。

つまり、社長は月に1回、キャッシュフローコーチと会った日だけお金のことを考えて、

残りの29日間は、お金の悩みから解放されて本業に専念できるのです。

2 うまく言語化できずモヤモヤしていたことが言語化され、行動が加速する！

さらに、キャッシュフローコーチは「単に数字を分析する」専門家ではなく、**「経営数字を意思決定のツールとして使う手助けする」** 専門家です。

そのためには、経営者が目指すビジョンを言語化したり、その実現のためのはじめの一步を具体化する手助けもします。

今までやりたかったことが進まなかったのは、もしかすると、「重要だけど緊急ではない」ことに時間を割けずにいたからではないでしょうか。

しかし、キャッシュフローコーチとの毎月の面談が習慣化すれば、そんな先送り癖もオサラバです。

キャッシュフローコーチと向き合う時間は、実は経営者が自分と向き合う時間でもある のです。

3 社員にも採算意識が芽生え、立場の違いからくる危機感のズレやギャップが縮まる！

社長と社員では、立場が異なります。

雇う側と雇われる側。

給料を払う側と受け取る側。仕事を指示する側と受ける側。

その立場の違いから、日頃から頭の中を占める情報量は全く異なり、それが「うちの社員はこんなに大変な状況なのに、ノホホンとして！」という社員への不満、「うちの社長は、顔を見れば数字のことばかり。どうせ頑張っても給料は変わらないくせに」という社長への不満につながっています。

これは、程度の差はあれ、一般の会社でも同じこと。

「社長は数字のことばかりで、わたしたちの仕事ぶりや中身はちっとも見てくれていない」と感じています。

しかし、実態はそうではありません。

経営者は俯瞰した目線で、ちゃんと一人ひとりの仕事ぶりをよく見ているものです。

実際、社員30人以下の中小企業のボーナス査定は社長が鉛筆舐め舐めで感覚的に判断しているケースが多いのですが、その大半は実態をよく捉えています。

そこで、キャッシュフローコーチが社長に代わって、社員が知っておいてほしいお金の知識、たとえば

「給料やボーナスはどこから支払われるのか？」

「そもそも、なぜ利益は必要なのか？」

「うちの会社の財務状態は、今どのくらいの水準で、どこを目指しているのか？」

などを、社員向けのお金の勉強会でレクチャーします。

このような話は、第三者の専門家が話すことで、社員にわかりやすく理解されるだけでなく、感情的な納得感も得られます。

キャッシュフローコーチって？

キャッシュフローコーチの役割

キャッシュフローコーチとは、経営数字を使って、経営者の本業の発展に貢献するコーチです。主に次の2つの役割を担います。

1. 経営者の意思決定の判断基準や根拠を裏付けすることで、実践を後押しする。
2. 顧問先の社員向けにお金の勉強会をすることで、社長と社員の立場の違いからくる危機感のズレを第三者的に縮め、ベクトルを揃える。

キャッシュフローコーチのサービス内容

標準的には、6ヶ月プランに沿って、

1. ビジヨナリープラン（ミッション、カンパニースピリッツ、セルフイメージ）の策定
2. 1年スパンのキャッシュフロー計画表の策定と運用
3. および社員向けのお金の勉強会

を、御社のお困りごとにあわせて柔軟に提供しています。

キャッシュフローコーチができること・できないこと

| できること | できないこと |
|---|---|
| クライアント企業の頭の中で漠然としたビジョンやお金の流れを、明快に言語化・数値化する手助けをする。 | クライアント企業に代わって、ビジョンを考え、数値目標を決定する。 |
| クライアント企業が納得の意思決定ができるよう、選択肢を増やし、根拠づけをする。 (設備投資の可否、賞与額をいくらにするか、借入の上限設定、根拠のある売上目標の設定、etc) | 社長に代わって、クライアント企業のビジネス上の意思決定をする。 |
| 社長が言っても伝わりにくいお金の話（給料やボーナスはどこから支払われているか、利益はなぜ必要か、など）を、社長に代わって専門家目線で社員にレクチャーする。 | 会社に常駐して継続的に社員教育をしたり、定期的に社員面談をする。 (社員面談については、キャッシュフローコーチの枠を超えて、別途ご相談に乗る場合があります) |

日本キャッシュフローコーチ協会

日本キャッシュフローコーチ協会は、
下記のビジョナリープランを実践する卓越したキャッシュフローコーチを世の中に多数輩出し、
社長や社員のビジョン実現化を促進します。
具体的には、思想・技術力・営業力を兼ね備えたキャッシュフローコーチの養成、
認定キャッシュフローコーチの相互交流による相互研鑽の場づくり、
キャッシュフローコーチの存在がそのサービスを必要とする経営者に認知されるための
広報活動やマッチング、ならびに、キャッシュフローコーチとクライアントが
長期に渡って共に成長しあえる相互パートナーシップを結ぶことをサポートします。

当協会は、次に掲げるビジョナリープラン
(ミッション、カンパニースピリッツ、セルフイメージ) にもとづき運営しています。

ミッション

わたしたちは、ビジョンとお金を両立して、社長と社員が夢や人生観を語り合える世界を実現します。

カンパニースピリッツ

自分のビジョンを実現しながら、人のビジョン実現化を応援する。

セルフイメージ

わたしたちは、クライアントの社外CFOとして経営数字を使って社長の本業の発展をサポートするキャッシュフローコーチであり、お互いのビジョン実現を支え合う同志です。

| | |
|------|---|
| 協会名 | 一般社団法人 日本キャッシュフローコーチ協会 |
| 代表理事 | 和仁 達也 |
| 設立 | 2015年1月 |
| 事業内容 | 卓越したキャッシュフローコーチを世の中に多数輩出し、社長や社員のビジョン実現化を促進する。 |
| URL | http://www.jcfca.com |

日本キャッシュフローコーチ協会のクレド

- クレドは、一般社団法人日本キャッシュフローコーチ協会の基本的な信条であり、当協会とパートナーシップを結んで仕事をさせていただく方との間で共有しているものです。
- 私たちは、これを理解し、自分のものとして受け入れ、クレドに基づき判断し、行動します。
- 私たちのミッションは、「ビジョンの実現化」です。
つまり、中小企業にありがちな「ドンブリ経営」から脱出し、豊かなビジョンの実現化に向けて全力でサポートします。
そして、共に成長していくことで、そのプロセス自体も楽しめます。
- 私たちは、確立したノウハウを次の世代にスピーディーに継承することで、次なる新たなテーマを追求し、永続的に前進し、成長していくことを心から楽しみます。
- 私たちは、「オープン」をキーワードに行動します。
これは、何を考え行動しているかをパートナー間、そしてクライアントに対して、分かりやすく主体的に情報開示していくことを意味します。
私たちは、「隠し事は組織の生産性を妨げ、またお互いの信頼関係を損なうリスクがある」ことをよく理解しており、オープンな環境づくりを尊重します。
- 私たちは、非常識な程の生産性向上を追求します。
生産性とは「成果（生産量）÷投入」を意味し、最小限の投入で、いかに最大の成果を生み出すかに知恵を振り絞ります。
そして、生産性の向上は私たちの人生を、精神的・経済的にさらに豊かにしてくれることをよく理解しています。
- 私たちが提供するサービスには、クライアントに「心のつながり」を感じさせる温かさが常に含まれています。
コミュニケーション社会において、クライアントは寂しさを感じており、心のつながりや居場所を求めています。
だからこそ、私たちはクライアントの味方であり続けることで、長期に渡って良好で対等なパートナーシップを築くことができます。
生産性向上を追求する真の目的は、そこに焦点を十分に充てるためです。
- 私たちは、約束を守ります。
各自に与えられた役割や期日は確実に守り、万が一それが困難と予想した場合は予めタイムリーにアラームを鳴らします。
それによって、パートナーの協力を得て、困難な課題もチーム・アプローチで難なく解決していく力をすでに持っています。
- 私たちは、コミュニケーションの円滑化を最重要視します。
特に、パートナー間は毎日顔をつきあわせられる環境ではないからこそ、インターネットや携帯電話・FAXなどの情報ツールをTPOに応じて最大限活用し、迅速で双方向なコミュニケーションを図ることを約束します。
- 私たちは、人が不安や問題として頭を悩ませることを、自らの実践と専門ノウハウの融合を通して鮮やかに解決するソリューションを提供します。
したがって、私たちにとって困難と思える問題が発生しても、それは実は商品開発のチャンスでありネタであると捉え、心から喜ぶことができます。
- 私たちは、ワクワクしながら常に前を見て日々前進します。
その活力と楽しさのエネルギーは、私たちが関わる全ての人たちにプラス思考のスパイラルを引き起こし、シナジー（相乗）効果を発揮して、あらゆる夢を実現させます。
- 私たちは、お互いの時間を大切にします。
可能な限り曖昧な表現は使わず、例えば「今月中に」ではなく「今月10日の午後6時までに」というように、納期設定をすることは当たり前のことです。
- 私たちは、常日ごろからデータや数字で語ることを習慣とします。
漠然とした表現は相手との間に認識のズレをもたらし、生産性を下げるリスクがあることを知っています。
- 私たちは、商品・サービスにおいて情報やデータを引用する場合は、その引用元を必ず正確に明記します。
私たちが扱う商品は情報です。
まず私たちがその価値を尊重することで、私たち自身の商品価値を高めることにつながります。
- 私たちは、経営を含むマネジメント全般をゲームと捉え、楽しむことに真剣になります。