

J A経営のコンサルを行っている、二つの「見える化」

ができていないと感じることが多い。その一つは経営の見える化である。経営の見える化は、J A経営全体から生じる現在のキャッシュフローないし、将来のキャッシュフローを捉えることから始まる。キャッシュフロ

## 扉のみのみどり

経営コンサルタント・加島 徹氏

ーとは、信用事業では調達と運用の差となる資金収支であり、共済事業では共済保有高

### 二つの見える化

シユフローが増えるのか、減るのか。これを捉えることで経営の状態を診断できる。現時点でのキャッシュフローが減っていけば、当年度末の利益水準は低下することを意味

# 経営と利用者把握を

と共済付加収入、経済事業では事業利益に減価償却費を加えたものを意味する。

こうしたJ A経営から生み

出されるキャッシュフローが現段階で増えているのか、減っているのか。将来のキャッ

し、将来のキャッシュフローの見積額の減少幅は、経営のリスク量が増大することを意味する。

このJ A経営から生じるキャッシュフローを捉え、一定にすれば安定収益、拡大すれ

は利用者像を明確に捉えてい

るだろうか。一般企業では顧客管理はシステム化され、大量の顧客データ(ビッグデータ)の分析

を行い、顧客のタイプごとに効率的なマーケティングを展開している。コンプライアンス(法令順守)上の制約などもあって、J Aの利用者に関する知識力は失われつつある。知識の共有と分析を行い、利用パターンの把握と個々のニーズに合った提案ができるマーケティングへの変革が必要

### プロフィール

かしま・とおる 博士(農業経済学)。1982年J A全中入会。全国監査部次長、経営改善対策部次長を経てJ C総研主席研究員。2011年に(株)協同経済研究所取締役専務に就任。