



費用対効果の Cash-in (12 月のごあいさつ)

平成 20 年 12 月 17 日

大相撲沖縄場所が来た!!というので事務所全員で見に行った。

久しぶりということもあり、**朝青龍の元気な姿**や**白鵬の強さ**に満足した。

天気も良く、かなりの盛況で、来場者の満足感が肌に感ぜられた。興行により取引先や地域社会の喜びなど、人を集める効果はやはりあるのであろう。

しかし、サーカスなども同じであるが、沖縄に興行を呼んで、地元の興業主が利益を上げるというのはなかなか難しい。興業主は催物の実行成果を、本業や地元にも及ぼす効果も含めて企業の利益に加味して（金額的な加味はない）納得せざるを得ないのが現実ではないだろうか。

“**場所**”に人を呼ぶという点では、テーマパークの建設と運営も純粋な採算計算が困難という点では、同様の納得が多いように思う。

テーマパーク建設の費用対効果を考える時、費用は確実な **Cash-out** があり、計算可能であるが、効果の **Cash-in** はバランスせず、結果としての **Cash-flow** はマイナスになることが多い。それで、**Cash-flow** のマイナスを他の理由で納得しようとするのではないか。それは、建設投資に当たっての地域社会に対する経済効果、建設当初の地元観光資源の **PR** 効果、観光客の増加とその後の観光振興、雇用促進など地域的、公益的、付随的な効果であり、企業の投資の採算計算には入れにくい。その結果マイナスが大であると、会社更生や民事再生など事業再生という事態となることもある。

最近、**費用対効果**という言葉をよく耳にする。広告効果とか、IT 導入効果とか、学校教育、公益的事業などから、事業経営にまで広がって来ている。

費用の支出 (**Cash-out**) とそれから得られる効果 (**Cash-in**+公益性等) の比較といったところから出て来ており、経営で言う費用 (**Cash-out**) と収益 (**Cash-in**) に比較して、会計士の目から見て **Cash-in** の計算の甘さを感じられる。