

社内通達：全社的な経費削減の強化について

発行日: 2025年5月20日 **発行元:** 経営戦略室 **件名:** 業績改善に向けた全社的な経費削減の強化とご協力をお願い

1. 概要

平素より皆様には、業務に精励いただき深く感謝申し上げます。さて、ご承知の通り、当社の直近の業績は、主要製品「製品X」の販売不振、原材料価格の高騰、為替レートの変動などの複合的な要因により、非常に厳しい状況にあります。特に、第2四半期の財務予測では、売上高および利益の大幅な下方修正を余儀なくされました。

この状況を鑑み、当社は経営資源の効率的な配分と収益力の早期回復を目指し、全社的な経費削減を一層強化することを決定いたしました。つきましては、全従業員の皆様に本通達の内容をご理解いただき、日々の業務における経費削減にご協力いただきますようお願い申し上げます。

2. 経費削減の背景

現在の厳しい業績は、以下の要因が複合的に影響しています。

- 製品Xの市場競争力低下:** 競合他社の台頭と市場ニーズの変化に対応が遅れ、製品Xの販売が低迷しています。
- 原材料価格の高騰:** 主要原材料の国際市況が不安定で、製造コストが増加しています。
- 為替レートの変動:** 急激な円安により、海外からの部品調達コストが増加し、収益を圧迫しています。
- 経済の不確実性:** 国内外の経済状況が不透明であり、消費者の購買意欲にも影響が出ています。

これらの状況が継続すれば、当社の財務基盤がさらに悪化し、将来の成長投資や従業員の雇用維持にも影響を及ぼしかねません。このため、会社全体で一致団結し、経費削減を徹底することが喫緊の課題となります。

3. 経費削減の重点項目と目標

全社的な経費削減の目標として、**「全経費において前年同期比10%削減」**を目指しますが、特に以下の項目については重点的に削減を強化いたします。

3.1. 広告宣伝費

- 目標:** 前年比30%削減
- 背景:** 従来のマス広告中心のプロモーションの費用対効果が低下していると判断されました。また、製品Xの販売不振の一因として、広告戦略の再構築が求められています。
- 具体的な削減項目:**
 - 効果測定が不明確なオフライン広告（新聞、雑誌広告など）の出稿停止または大幅縮小。
 - テレビCMの放映回数および期間の見直し。
 - 展示会・イベントへの出展規模の縮小。
 - オンライン広告についても、費用対効果の高いチャネルに集中し、最適化を図る。
- 代替策:** 今後は、費用対効果の高いデジタルマーケティング（SEO、コンテンツマーケティング、SNS運用）、インフルエンサーマーケティング、顧客データに基づいたパーソナライズ広告など、より効

率的なプロモーションに注力します。

3.2. 旅費交通費

- **目標:** 前年比20%削減
- **具体的な削減項目:**
 - 不急の出張の抑制。オンライン会議システム（Zoom, Teams等）の積極的な活用。
 - 出張時の宿泊費、交通費の厳格な規定遵守と、より安価な選択肢の検討（例：格安航空券、ビジネスホテル活用）。
 - 国内外の移動におけるビジネスクラス利用の原則禁止（経営層含む）。

3.3. 交際費・会議費

- **目標:** 前年比20%削減
- **具体的な削減項目:**
 - 社外・社内での飲食を伴う会議や接待の回数・規模の抑制。
 - 会議資料のペーパーレス化の徹底。印刷費の削減。
 - 消耗品の購入見直し（例：高価格帯の文房具、不必要な備品の購入抑制）。

3.4. 業務委託費・コンサルティング費

- **目標:** 前年比15%削減
- **具体的な削減項目:**
 - 新規の業務委託契約は原則凍結。既存契約の見直し、費用対効果の低い契約の打ち切り。
 - コンサルティング契約についても、緊急性・必要性を厳しく精査し、継続の可否を判断する。

4. 各部門への要請と協力をお願い

各部門長は、上記の削減目標を達成するための具体的な計画を策定し、部門内で徹底してください。各従業員の皆様におかれましても、日々の業務において以下の点を意識し、経費削減にご協力をお願いいたします。

- **費用対効果の意識:** あらゆる支出において、「本当に必要か」「より安価な代替案はないか」を常に意識してください。
- **ペーパーレス化の推進:** 印刷を極力控え、電子媒体での資料共有を徹底してください。
- **節電・節水:** 不要な照明の消灯、PCのシャットダウン、空調の適正温度管理など、基本的な省エネ活動を徹底してください。
- **備品・消耗品の管理:** 無駄な購入を控え、既存の備品を大切に活用してください。

5. 削減による影響と今後の展望

今回の経費削減は、一時的に業務運営において不便を感じる場面があるかもしれませんが、しかし、これは当社の収益構造を改善し、長期的な企業価値向上を実現するための不可欠な措置です。経費削減によって捻出された資金は、将来の成長投資（例：新製品開発、デジタル化推進、優秀な人材への投資）に充当し、より強固な事業基盤を構築してまいります。

経営陣は、今回の危機を乗り越え、持続的な成長を実現するために、全従業員とともにこの難局に立ち向かう所存です。皆様のご理解とご協力を重ねてお願い申し上げます。

以上

社内通達 2025/05/20: 業績不振のため、全社的に経費削減を強化する。特に広告宣伝費は前年比30%削減を目標とする。