

経営サプリメント

各方面の専門家によるビジネスに役立つエッセンス

利益アップの鉄則は「原価の把握」と「価格設定」 【腑に落ちる“見える化”原価法】

みなさんは、商品の原価と利益をしっかりと把握できていますか？原価と販売管理費の分類は、きちんとしていますか？数字を把握するためには、「原価」のほかにも「売れ筋商品」の把握や「顧客分析」の必要がありますが、こうした数字には、お客さまの声と自社の強みや弱みが隠れているため、丁寧にしっかりと把握し、対応していくことが大切です。また、それらを踏まえ、ブランディング・PR・広告宣伝へと繋げていくことで、より効果が期待できます。それでは、今回は「原価」について考えていきましょう。

「原価」を把握しよう。

小規模企業を中心に何百社という企業の数字を見てみると、原価の把握と価格設定がしっかり行えているケースは意外に少ないものです。こうしたケースに出会う度に、「企業の数字からは、その会社の表情が見える」という私の尊敬する方の言葉を思い出します。

収入源が売上のみとしたとき、売上金額で全ての費用をまかない、得た利益によって次に投資し、継続していく

こととなります。原価計算の目的は「この商品には、どのくらいの金額が掛かっているか」を把握する事です。掛かる金額(=原価)は、価格に反映し、その対価としてお客さまからいただく必要があります。売上として入らない場合、その原価の支払い分は、どこからも出て来ないことになってしまうからです。

このとき、重要なのは納得できること。そのためにも、「原価」と「利益」をしっかりと把握し、「原価」と「販売管理費」分類をきちんと行うことが大切なのです。

それでは実際に、ケーキ屋さんを例にして考えてみましょう。

原価計算の進め方

① 工程表の作成

初めに工程表を作成することで、製造方法や手順、製造時間が把握できる。

② 原価計算書の作成

工程表をもとに原価計算書を作成。原価計算書には「材料費」「経費」「労務費」「機械経費」を計算。

材料費 小麦や卵、牛乳、パッケージフィルムやラベルシール、箱。

経費 製造に掛かる水道代や電気代、燃料代など。

労務費 工程表から「何人で何時間」かかるかを計算し、給与(法定福利費込)を時間給として計算。昇給分も考慮する。

機械経費 製造に必要な機械に掛かる経費。オープンや冷蔵庫などの購入価格も原価として計算する。

小規模企業で「労務費」と「機械経費」を原価として計上している事業所は多くないようです。しかし、先にも述べた通り「この商品には、このくらい原価が掛かっている」ということをしっかりと把握し、価格としてお客さまからいただくことで、原価の支払いと利益の確保が成立する旨をご説明すると納得される企業さまが大多数です。

各商品やサービスの「原価」を把握し、さらに、商品価格・原価一覧表を作成すると、どの商品の利益率が高いのかが分かります。また、利益率が低い、実は原価を割っているような商品も「見える化」することで把握できるようになります。これにより、原価割れをはじめとする隠れた問題を知ることができるため、その対策が見えてくるのです。

利益率の低い商品 5つの対策方法

原価を削減する

内容を減らす

販売をやめる

価格を上げる

利益率の高い新商品開発

「原価」の見直しと削減で利益アップ!

「原価」を「見える化」し、その見直しと削減を考える上で、まず挙げられるポイントは「労務費」です。「労務費」を一般管理費と考えた場合、削減しようとする月給や時給を下げるしかないと思ってしまうがちですが、原価と考えることによって工程や作業の見直しやムダを無くすことによる効率化はできないかという思考が生まれます。そこが重要なポイントです。たとえば現在100個の生産性であるものが1年後に110個作れるようになれば、10個分の効率化と原価削減が可能になります。そのため、まずは現在の工程と作業を把握するために工程表を作成し、「見える化」をします。実際、事業者さまに工程表と原価計算書

を作成していただくと「気づき」が起こります。

これまで、「作業の順番を変える事によって早く作れるようになり、残りの時間で別の仕事ができる」、「製造する商品の組合せを変える事により多く作れるようになった」、「A製造方法とB製造方法のどちらが良いか迷っていたが原価計算をして明確になった」などの声がありました。

このように、商品に掛かる「原価」を「見える化」することによって削減するポイントの見極めが可能になり、その結果、利益アップに繋げていくことができます。また「見える化」の際には、業務改善の4原則(ECRSの原則)も上手く活用しましょう。

業務改善の4原則

排除することはできないか?

その作業の必要性を見直し、無くせないかを考える。



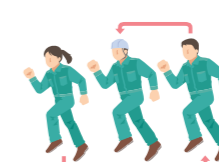
一緒に出来ないか?

複数の作業をまとめて一緒に出来ないかを考える。



順序の変更はできないか?

作業の順序を変更することで、効率的にならないかを考える。



簡素化できないか?

簡素化したやり方で、同じ結果を生み出せないかを考える。



その他の対策方法

また、利益率の低い商品の対策方法ですが、看板商品などの場合は簡単に販売をやめられないケースがあります。その場合は数量限定にして、販売量を少なくする、または価格を上げて利益率を確保する方法、商品のリニューアルやバージョンアップ、新商品による利益アップなどの方法があります。

県内では、高品質な商品の効果的な売り方が分からず、

安値にしてしまうケースが多く見受けられます。その度に、もったいないと感じます。さらに、これからは良いものを高く売る時代。そのためには、原価を把握して利益の確保できる価格で売る戦略が重要です。

健全な経営によって、企業と社員と社会の3者にとって良い状況をつくっていけるように、次回は「価格設定」について考えていきましょう。



樋渡サポートサービス 代表
秋田県よろず支援拠点 コーディネーター(中小企業庁)

樋渡 忍

原価管理による利益アップを得意とし、経営改善の助言や支援機関が主催する原価管理セミナー、創業塾の講師を務める。平成27年3月からは、秋田県よろず支援拠点コーディネーターとして県内中小企業の様々な経営課題の支援を行っている。

HP:hiwatashi-shinobu.jp