

# 原価の構造②

情報システム 大谷淳一氏

まず前回は、四項目に会社を分類したが、今回はその中の一つ「いわゆる市場といわれている会社」に焦点を当ててみよう。

この会社群には、いまでも原価という概念が存在していないことが多い。

その理由は、この業界の特色の一つである「委託販売」が中心であったことに原因があるが、物さえ集荷すれば幾らでも販売できる最終的な利益が上がっているからに、他ならない。しかし、その時代であっ

ても、現実的には人件費を払い、運賃を払い、もろもろの経費を払っていたのだから、原価が必ず存在していたはずである。

だが、これら経費の存在を考えなくても「どこに儲かっていた現実があったゆえに、これらの会社は、このことには多くは触れずきたのである。」

「委託販売」という考え方も落し穴があったことは言うまでもない。委託販売の概念は、入荷した品物は預かりものであり、販売

価格によって一定の利率の基に手数料が会社に入ってくるという仕組みである。その時の売れ残りの在庫は存在しなくて、全量販売が基本であった。だから会場

価格によって一定の利率の基に手数料が会社に入ってくるという仕組みである。その時の売れ残りの在庫は存在しなくて、全量販売が基本であった。だから会場

## 経費はどれくらい？

### 把握の仕組まない市場

社としては相場には左右されるが、適切な販売を心掛ければ損をするということ「稀」であったことも事実である。

一般的である「仕入れて販売する」と言う仕組みもある。しかし近年、これらの方であったのである。また、品物を買ってこないが、形や使用する方法が変化してきていることは明白になっている。

「委託から買付け（仕入れ）の取引きが増加してきており、自分たちの資産としての余剰在庫が増え、ひどい時には廃棄の量が極端に増加する（廃棄を

すると利益損となる）こともある。また、今まで市場に自ら来て頂いた人々が減り、販売高も極端に減少してきている。

だが、経費がどのように、どれくらい掛かっているか、どのような状態で入荷時点の経費なのか、加工時点なのか、社内の物流時点なのか、納品の時点なのか、取引先としての経費なのか、さっぱり解らず、明らかにっていないのが現実である。

さらに一番の問題は、このような会社がこの問題の経費を把握する方法と仕組みを、持っていないことにあるのだ。

（情報システム）TEL 027-350-1277 FAX 027-350-1277 Eメール junichi@iscnet.co.jp