

原価の構造

情報システム 大谷淳一氏

これまで五回にわたって「卸売会社としての原価」を語ってきたが、今回は総まとめを行なおう。

まず、問題点の提起をおこなった。卸売会社という会社群には、いまでも「原価」という概念が存在してないことが多い。

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、ものさえ集荷すれば幾らでも販売でき、最終的な利益が上がっているからに他ならない。しかし、そのような経営をしていても、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るのだから、「原価」は必ず存在しているのである。

今までは、これら経費の存在を考えなくても「そこそこ儲けることができた。ゆえにこれらの会社は、このことには触れずにやってきたのであった。

しかし、時代が変化し、「原価」を考えていかなければ生き残れない時代がやってきた。そこで問題点となったのが、会社がこの経費を把握する方法と仕組みを持っていないことであった。

そして次に、経費を把握のである。

1、仕入時に発生する経費
2、販売時に発生する経費
3、物流時に発生する経費

まず、委託販売だろうが買付販売だろうが、「原価が分類すると三種類に大別

行単位や販売明細行単位で把握できればよいが、中には伝票単位でしか把握できないものや、仕入(仕切り)先単位、販売先単位でしか把握できないもの、また会社全体でしか把握できないものもでてくる。

3、仕入先や販売先のみで把握できる単位
4、会社全体でのみ把握できる単位

理想的には、これら四つの項目に分類されている経費を行単位に直接添加する

委託販売でも存在

4要素盛り込んだ基準作り

存在する」と考えてみた。できたので、次にそれぞれ

そのように考えると、委託販売の場合、手数料を引いた残りが仕入原価である。買付販売の場合は、仕入

れた金額が原価である。そして、経費を分類してみた

そこで、経費が「どの単位で把握できるか」を調査してみた。

その単位は、次のように分類される。

1、仕入と販売の行単位
2、仕入、販売の伝票単位

した。

それは、売上高割りとキログラム(重量)割りである。また、経費の分類に必要不可欠なことから「時間、タイミング」という問題も考えてみた。

以上、今まで論じてきたことは、経費の発生と単位、そして按分の方法と、時間とタイミングである。

そしてこれら四つのファクターを解決するか、または基準作りをすることで、よりよい「卸売会社としての原価の構造」をつくりだせるのである。

(情報システム)TEL 〇二七-三五〇-一二七
七、Eメール:junitoni@isnet.co.jp)
(月一回掲載、次回は一月二十二号を予定)