

# どうせ頑張るなら 儲かりましょう！！

上原会計事務所

松本市島立 1095 番地 1 デザインセンタービル 2F

Tel 0263-88-2514 Fax 0263-88-2516

みなさまの会社もきっと様々な製品・商品を販売し、事業を行っているかと思います。  
そうすると、「どの製品（商品）が一番儲かっているのか？」と考えますよね。

参考になるのが、「限界利益・貢献利益」。CVP分析（損益分岐点分析）の考え方を活用したものです。  
CVP分析は費用を変動費・固定費に分解して、単位当たりの限界利益やどれだけ売れば黒字になるか等を分析する考え方です。

$$\cdot \text{限界利益} = \text{売上高} - \text{変動費} \quad \cdot \text{貢献利益} = \text{限界利益} - \text{個別固定費}$$

固定費とはいっても、すべてが全社レベルで発生したものではないので、セグメント（製品、商品等）との関連性から個別共通費と共通固定費に分類します。

## ◆個別固定費◆

セグメントを品種としたとき、ある品種の製造に必要な特殊機械の減価償却費、特定部門の部長の給料等を分類します。個別固定費は、そのセグメントから撤退した場合に発生しなくなる固定費であると言えます。

## ◆共通固定費◆

これに対して共通固定費とは、各セグメントに共通して発生する固定費です。例えば、本社の建物の減価償却費や固定資産税など。

分析結果は次の一手に繋げることが肝心です！！

### 【限界利益“率”の活用法】

当然ながら限界利益率が高いほど売上増加による限界利益増加額が大きいです。

利益に寄与する（＝より利益の伸びしろがある）セグメントは何かを捉えることで、成長局面時にどのセグメントの成長にリソースを注ぐべきか検討するとき等に活用が出来ます。

### 【貢献利益“額”の活用法】

こちらは「率」ではなく「額」を見ます。貢献利益額が大きいほど、現在の全社的な利益獲得に貢献しているといえます。成長の止まった縮小局面において、事業のリストラを検討する際にどこから着手すべきか考える指標となります。

当たり前ですが、経営資源は有限です。需要も時間もいくらでもあれば何も考えずに製造・販売すればいいですが、現実には色々な「制約」の中で事業を進めなければなりません。

働き方改革の波が押し寄せる中、いかに効率的に儲けるかを考えていきましょう！！