

専門家に聞く ココだけの話

第20話

Love&Happiness株式会社
代表取締役 プロフィット・コーチ
小林 剛



“絶対に潰れない会社”になるために社長が押えるべき財務知識

第3回 売上を増やしても、利益は増えない

売上と利益は、全く別のものです。多くの社長の思考は、何故か、「売上を伸ばせば、利益が増える。キャッシュが増える」と思い込んでいます。それは、銀行をはじめ、多くの中小企業に対する評価項目の一番が、「売上高」になっているからだと思います。業績が悪くなると、多くの社長は、「何とか売上を伸ばせないだろうか?」「売上さえ、伸ばせば、利益は出る。キャッシュは増える」と思い込んでいます。

売上を増やせば、本当に利益が増えるのだろうか?

売上は、一般的には、次の式で表されます。『売上＝単価×数量×頻度』

★事例で見てみよう★

(現状)

製品単価100、仕入単価30、粗利単価70、販売個数10の場合

売上高1000、変動費（仕入）300、アラリ（粗利益）700、経費（固定費）650、利益50となる。(図1)

何とか、利益50をもっと増やしたいと考えて、社長は、売上高を1割アップの1100に伸ばした。

売上の伸ばし方は、下記の①～③です。

【収益構造】

(図1)

1製品あたり				全社				
A 現状	単価 100		×	数量 10	=	変動費300 単価30×数量10		
	粗利益 70					売上高 1,000 単価100 ×数量10	粗利益 700	固定費 650 利益 50

【条件】固定費は変わらない

- ①製品単価110にして、販売個数10 → 売上高1100
 - ②製品単価100で変わらず、販売個数11 → 売上高1100
 - ③製品単価65に値引き、販売個数16.92 → 売上高1100
- どのケースも売上高は1100になった。
しかし、利益は、どうなったのか?

	売上高	変動費	粗利益	固定費	利益	増 or 減
現状	1,000	300	700	650	50	
①	1,100	300	800	650	150	○
②	1,100	330	770	650	120	○
③	1,100	507.6	592.4	650	▲57.6	×

上記のように、売上を1100に増やしても、出た利益は、千差万別です。値上げをして、単価を上げて、売上を伸ばしたのか、営業マンが頑張って、販売個数を増やして、売上を伸ばしたかによって、売上は同じ1100でも、利益は全く変わります。

最悪なのは、③で、値引きをして、単価を下げて、売りをやすくして、営業マンの尻を叩いて、販売個数をたくさん売って、売上高1100にした場合は、むしろ赤字に転落しています。

なぜ赤字になったのか、わかりますか?

自社商品（製品）の収益構造を把握し、いくつ販売したら、いくらの粗利益が獲得できるのか、理解されていますか?

Love&Happiness株式会社

〒167-0042 東京都杉並区西荻北3-16-4 小美濃本社ビル 3階 TEL : 090-3342-7910 E-mail : baco@loveandh.com