

経営一転語 26 付加価値率はただ高ければよいのか？

一般的に、付加価値率が上がれば、損益分岐点（利益が0となる売上高）は下がり、付加価値率が下がれば、損益分岐点は上がります。つまり、一般的には付加価値率は高い方がよいのです。

しかし、何らかの条件が変わってくると、付加価値率の高いことが、会社全体の利益を大きくするとは限りません。次のような場合です。

1. 閑散期に低い付加価値率で販売したとき
2. 値下げによって大幅な売上増大が期待できるとき
3. 増大する売上を外注でまかなうとき

上記の3つの場合は、付加価値率が低くても、「会社全体の利益額の確保」を優先させ、売上の増大を図るべきだと念頭に置いておいた方がよいということです。

少し解説をしましょう。

1番目の「閑散期に低い付加価値率で販売したとき」ですが、閑散期に新しい仕事をした場合には、人件費などの固定費は、ほとんど増加しないために、たとえ収益率が低く、収益は少しでも、そのほとんどが経常利益の増加となり、意外なほどの好結果を手に入れることができます。

2番目の「値下げによって大幅な売上増大が期待できるとき」は、解説の必要がないかもしれませんが、当然値下げによって、付加価値率が下がっても、個数がいっぱい売れば、付加価値の絶対額が多くなり、経常利益も多くなります。

3番目の「増大する売上を外注でまかなうとき」は、勘違いしやすいので要注意です。つまり、外注による付加価値率の低下が、会社全体の付加価値率を落とすことのみを考えて、「利益率を落とす」と早のみこみをしてしまうのです。

たとえ、付加価値率が落ちても、売上が増大していますので、付加価値の絶対額は大幅に増え、それに比較して、経費はいくらも増えないことを完全に見落としがちなのです。

外注比率を高めると、売上増大にもかかわらず、損益分岐点の上昇がわずかなので、外部要因の変化に対応する弾力性が大きくなり、企業の安全度が増大します。

言い換えると、売上の増大傾向がおさまってきたら、外注を減らせばいいだけなのです。外注は、売上の増減という外部要因の変化に、容易に対応できるので非常に有効なのです。