

What's New



令和元年11月1日

柳津町商工会

<http://www.yanaizu.net/>

TEL(058)387-6464

FAX(058)387-6878

yanaidu@ml.gifushoko.or.jp

地域経済の動き、消費動向・トレンド等、経営に役立つ情報を定期的にお届けします。

▶9月の岐阜県の経済・雇用の状況

(10月11日、岐阜県商工労働部「ぎふ経済レポート」から抜粋)

【景況感】景気は、一部に弱さもみられるが、緩やかな回復が続いている。(前月据え置き)

【製造業】好調な業績の一方、不調を示す企業も徐々に増加している

鉱工業生産指数は、主要産業で前月比増となった。ヒアリングにおいては好調な受注を継続しているとの声も聞かれたが、中国経済の減速を中心とする海外の経済動向が影響し、売上の減少や受注環境の後退等といった声が徐々に聞かれるようになった。

【地場産業】厳しい状況が続いている

【設備投資】落ち込みが長期化している

【個人消費】駆け込み需要が発生している

小売店の販売額は、家電大型専門店が前年同月比で大幅に増加し、全体としては2か月ぶりに増加した。消費増税直前といったこともあり、大型商業施設では駆け込み需要が目立った様子。

【観光】観光客数は前年同月を下回ったが、宿泊客数は前年同月を上回った。

【資金繰り】資金繰り環境に変化はないが、外部要因による影響が懸念される

企業の資金繰りは、借入環境に変化は見られない。金融機関としては、消費増税や海外状況にかかる為替動向等、外部環境の企業への影響を注視している。

【雇用】人手不足の状況が慢性化しているが、一部に解消の兆しもある

ヒアリングにおいては、受注減の落ち着きを主因として、人手不足感が薄まってきているとの声も多くなってきている。

▽▲▽▲ 注目の話題 ▲▽▲▽

イートイン脱税と正義マン

今年10月1日から実施された消費増税と軽減税率の導入で、飲食店は、税率10%の店内飲食(イートイン)と8%の持ち帰り(テイクアウト)の2種類の税率が適用されることとなりました。同じ商品(飲食物)で、イートインとテイクアウトで税込み価格を変えているお店もあれば、イートインの税抜き価格をテイクアウトの税抜き価格より低く設定し、イートインとテイクアウトの税込み価格を同一にしているお店もあります。

消費者もお店も軽減税率対応に戸惑う中で、「イートイン脱税」と「正義マン」というキーワードがネットやSNSを賑わしています。イートイン脱税とは、持ち帰りを店員に告げて8%の課税で会計を済ませた後に、税率が10%となる店内のイートインコーナーなどで飲食をする行為を指します。Twitterでは早くもコンビニのイートインスペースやコーヒー店の店内を背景に撮影した飲食物の画像がアップされ、「早速イートイン脱税してしまった」や「知らずに脱税してしまった」などの声が上がっています。

一方、正義マンとはこれらイートイン脱税をしている人を注意したり、店員に対して“脱税者”の存在を知らせたりする人のことをいいます。店員としては、正義マンのこうした行動に対して、「報告されても困る」、「逐一報告しないで」という心境もあるようです。

店側は顧客への一層の注意喚起のため、①「イートインはマグカップ、テイクアウトは紙コップにするなど食器を分ける。」また、②「イートインとテイクアウトに同じ紙コップを使用している場合、イートインには紙コップに目印になるシールを張る。」といったイートインとテイクアウトを誰から見てもわかるようにすることも必要かと思われま



ABC分析について その1

1 ABC分析とは

ABC分析とは商品を売上高などの重要度によって分類する方法で、重点分析などとも呼ばれます。

例えば、重要度を売上高として、売上高の順に取扱商品を並べ、累積売上高割合が70%を占める商品グループをA、70%~90%の商品グループをB、90%~100%の商品グループをCという様に分類します。そして、売上高への貢献度の高いAグループに分類された商品は、商品発注、在庫管理、販売管理などにおいて重点的に管理し、逆にCグループの商品は簡易な管理で良いということになります。

もちろん重要度は売上高だけとは限りません。売上総利益や販売個数なども重要度となり得ますので、事業の実態に合わせて複数の重要度によって分析することが必要です。

2 ABC分析の分類方法と利用方法

では実際に数値例を用いて、どのようにABC分析を行えばよいのかを見ていきます。

下図は、架空の家電量販店における、比較的大型の商品を売上高の多い順に並べ、合計売上高に占

品目	売上高	売上割合	累計売上割合	グループ
パソコン	5,700	38.0%	38.0%	A
テレビ	4,800	32.0%	70.0%	
カメラ	1,500	10.0%	80.0%	B
電子レンジ	1,200	8.0%	88.0%	
DVDプレイヤー	300	2.0%	90.0%	
冷蔵庫	150	1.0%	91.0%	C
洗濯機	105	0.7%	91.7%	
掃除機	90	0.6%	92.3%	
扇風機	45	0.3%	92.6%	
照明	30	0.2%	92.8%	
その他	1,080	7.2%	100.0%	
合計	15,000	100.0%	100.0%	

める割合とその累計割合を算出したものです。品目別の売上割合の大きなものから足していき、累計売上割合が70%に達するパソコンとテレビをAグループ、累計売上割合が80%~90%の範囲にあるカメラ、電子レンジ、DVDプレイヤーをBグループ、それ以外の品目をCグループに分類しました。

このように取扱商品をお店全体の売上高への貢献度によってA、B、Cのグループに分けるのがABC分析の第一歩です。

しかし、単に商品をグルーピングしただけではABC分析をする意味がありません。ここから各商品の管理方針を決定することで、管理の効率化を図ることがABC分析では大切になります。

例えば、このお店では在庫管理についての方針を決定するために商品をグルーピングしたとします。そして、このグルーピングに基づき、以下のように在庫管理方針をすることとしました。

- ・ **Aグループ**：倉庫の保管場所については最大限広く確保する。過去の販売データを用いて、アイテム別の精緻な販売を予測し、発注から納品までのリードタイムを考慮して在庫が切れることのないよう発注する。
- ・ **Cグループ**：倉庫には1種類につき1つのみ確保。販売予測は行わず、在庫がなくなった時に発注を行い、在庫切れによる機会損失もある程度は許容する。また、今後の動向によっては取扱いの中止を検討する。
- ・ **Bグループ**：AグループとCグループの中間的な在庫管理。具体的には、適度な販売予測に基づき、毎月または在庫がなくなった時に発注を行う。

このように管理に強弱をつけることで、効率的に業務を行うことがABC分析の目的となります。(以下、次回に続きます。)