

半額ハンバーガーがなぜ儲かる？

甲南大学経営学部教授
長坂悦敬
(原価計算)

企業経営だけでなく、大学祭や個人旅行などでも、無駄なコストは省きたいですね。一方、商品やサービスの品質は良くしたいし、できるだけ盛り上がる楽しいイベントにしたいでしょう。どこにコストをかけて、どのコストは減らすか、知恵を絞って実行するのが「コストマネジメント」です。そこには基本的な理論と応用問題を解くための手法があります。

企業はより成長し、社会に貢献するために利益を伸ばす必要があります。利益をあげれば次世代への投資が可能になり、また、法人税を支払うことで直接的に社会に還元できます。売上を上げつつ、コストを下げる。コストマネジメントは様々なシーンで重要な役割を演じます。



$$\text{利益} = \text{売上} - \text{コスト (原価)}$$

お客さんは、商品やサービスの価値を認めたら、それを欲しいと思い、お金を支払ってくれます。売上が高いということは社会からそれだけ価値が認められた証拠でもあります。そして、コスト（原価）をできるだけ下げることができれば利益が大きくなります。しかし、粗悪な材料を使ったり、検査を省いたり、本来必要であることにコストをかけないと商品やサービスの品質が悪くなり、価値が下がります。そうなるとお客さんは買ってくれなくなります。各企業では様々な工夫が行われています。

Q.1 半額ハンバーガーや100円バーガーでも儲かるんですか？

ハンバーガーを半額にすると多くのお客さんがたくさん買ってくれます。そうすると実はハンバーガー1個当たりのコスト（原価）が下がるんです。

原価には、材料費、労務費、経費という3つの区分があります。たくさん売れたとしてもハンバーガー1個あたりの材料費は同じ金額です。パン、肉、ピクルスなど同じ材料費（約60円）がかかります。しかし、労務費や経費は下がります。それは、労務費（雇った人に支払う費用）や経費（店の借り賃や設備の費用）はハンバーガーの売れる数に拘わらず一定の金額が発生するからです。たとえば、時給800円のアルバイトが1時間に10個しかハンバーガーを作らなかったら、ハンバーガー1個当たりの労務費は80円ですが、もし80個つくったら10円になります。

ハンバーガー1個ずつ同じ費用がかかる
（変動費という）

原価 = **材料費** + **労務費** + **経費**



アルバイト代、お店の借り賃等はハンバーガーの売れた数にかかわらず同じ（固定費という）

ハンバーガーを半額にしてたくさん売れたら1個当たりの労務費や経費（これを固定費という）が下がり、利益が出るということを計算例で確かめましょう！

(計算例) ハンバーガー 1 個当たりの原価を計算してから総利益を求めます。

1 個当たりの材料費 (変動費) = 60 円

1 日当たりの労務費 + 経費 (固定費) = 12,000 円 で、

1 日にハンバーガーが 100 個売れたら、ハンバーガー 1 個の原価は？

$60 \text{ 円} + 12,000 \text{ 円} \div 100 \text{ 個} = 180 \text{ 円} / \text{個}$

もし、半額にして、400 個売れたら

$60 \text{ 円} + 12,000 \text{ 円} \div 400 \text{ 個} = 90 \text{ 円} / \text{個}$

総利益 = (定価 - 原価) × 売れた個数だから

定価 200 円では、

$(200 \text{ 円} - 180 \text{ 円}) \times 100 \text{ 個} = 2,000 \text{ 円}$ の利益

半額の 100 円では

$(100 \text{ 円} - 90 \text{ 円}) \times 400 \text{ 個} = 4,000 \text{ 円}$ の利益！



また、100 円バーガーなど、価格が安くてそれだけではあまり利益がでないものも、利益が大きいポテトやドリンクと一緒に買ってもらってセット販売によって、利益が出ます。これをミックス販売といいます。通常、セット販売は単品の積み上げ価格よりも少し安くなっています。これが購買動機となり、利益が出るという仕掛けです。

Q2. ペットボトル飲料をスーパーで買うと安いのに、自販機で買いますか？

ショッピングセンターに買い物に行って、喉が渴いたとき、①トイレの前か休憩コーナーにある自販機で 150 円のペットボトル・ドリンクを買うか？、②食料品売り場に行って 100 円の同じペットボトル・ドリンクをレジに並んででも買うか？ 皆さんは①、②のどちらでしょう？

同じ店の中で同じ商品が 1.5 倍の価格で売られているので、食料品売り場で買いますよという人は多いかもしれません。しかし、次の日の遠出のために①スーパーで 100 円のペットボトル・



ドリンクを買って、冷蔵庫で冷やしておいて、カバンに入れて持って行くか？ それとも、②外出先で自販機で冷えたペットボトル・ドリンクを 150 円で買うか？ と聞かれると、②「自販機！」と答える人は多いはずで、重い飲料を持ち歩かなくてもいいし、冷えた飲み物がその場で飲めるという便利さにお金を払うことになります。

150 円 - 100 円 = 50 円の差額を便利さの「価値」とみなせば（というより無意識のうちに認めて）自販機で購入するということになります。この 50 円を「取引コスト」といいます。



たとえば、カップラーメンを購入する場合に、「どこのスーパーが安いかな？」一番安く買える店をチラシを念入りに比較して探すと時間と手間がかかります。迷わずコンビニに行けばカップラーメンは買えますが、スーパーで買うよりも高くなります。最も安く買ったカップラーメンが 100 円で、コンビニでは同じものが 160 円だとするとこの場合の取引コストは 60 円ということになります。

取引コストは、モノを購入するための情報収集にかかるコストやモノを購入してから危険が発生した場合にその負担に起因するコストなど取引参加者が負担しなければならない費用を指します。消費者は材料費だけにお金を払っているだけでなく、サービスも含めた全体の便益にお金を払っているということを考える。これがビジネスのポイントです！