



すすき

Yamamoto Acc office



山本総合会計ニュース

編集 発行人
税 理 士

山本 孝久

〒152-0003
東京都目黒区碑文谷5-12-1
TS碑文谷ビル2F
TEL 03 (3791) 8863
FAX 03 (3791) 8292

◆ 9月の税務と労務

- 国 税 / 8月分源泉所得税の納付 9月12日
- 国 税 / 7月決算法人の確定申告 (法人税・消費税等) 9月30日
- 国 税 / 1月決算法人の中間申告 9月30日
- 国 税 / 10月、1月、4月決算法人の消費税等の中間申告 (年3回の場合) 9月30日

9月

(長月) September

19日・敬老の日 23日・秋分の日

日	月	火	水	木	金	土
.	.	.	.	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	.



ワン
ポイント

相続の承認・放棄の選択期間 相続人は、相続の開始を知った日から3か月以内に、亡くなった人の財産や借金に対し、①全て受け継ぐ単純承認、②相続財産の限度で借金を受け継ぐ限定承認、③相続放棄、のいずれかを選択しなければなりません。東日本大震災の被災者である相続人に限り本年11月30日まで選択期間が延長されています。

在庫という魔物

黒字でも在庫過多で倒産

黒字でも在庫が過多で倒産する企業の話をよく聞きます。売上がどんどん上がっても適正な在庫管理がなされなくては利益が飛んでしまいます。小売業、販売業、製造業であれば、日常的に注文に応じた売上を確保するために在庫を持つ必要があります。

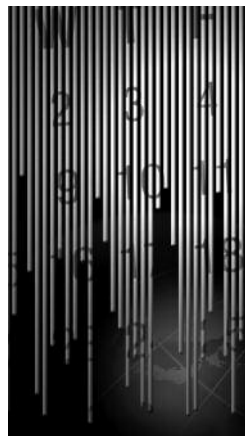
在庫を持つことは経営上、必要な行動です。問題になるのは、必要以上に在庫を持っているケースです。では、なぜ、在庫が増えると経営的に見て、だめなのでしょうか？

在庫増の問題点

それは、在庫が増えるとその

分スペースが必要になりますし、それに伴う管理経費も増えます。さらに、借入等に依存していると金利負担がかかります。また、不良資産を抱える可能性も高くなります。

営業担当者は「在庫切れ」を心配するので、「在庫は常に多く持っていてほしい」と願います。しかし、持ちすぎると経営を圧迫しかねません。一般的に、在庫を保有することによってかかる管理費は少なくとも年間間で在庫の金額の5%、多い場合には二五%ともいわれています。このように、過剰な仕入れによる在庫の増大は、営業利益が黒字であっても、営業キャッシュフローはマイナスとなり含み損失を抱えて、いわゆる「黒字倒産」を引き起こしかねなくなります。在庫を減らすためにはどうすればいいのでしょうか!?



いたって、単純明快！シンプル！にはじめましょう。それは「適正在庫を知り在庫管理をする」だけでいいのです。

1 在庫管理

(1) 適正在庫を知る

自社の適正在庫をご存知ですか？

適正在庫とは、在庫コストを最小限に抑え、かつ、効率よく売上に結びついている在庫量及び金額のことをいいます。

適正在庫量は、簡便的には次の算式で求めることができます。

適正在庫＝年間販売高÷年間商品回転率

ただし、これは人間という健康診断と同じでひとつの目安にすぎません。実際には、季節商品や時間的な要因、安全在庫と

いった点を考慮して、各部署が分析し決定しなければなりません。自社にあった適正在庫を量と金額の両方の観点から判断してください。

(2) 在庫管理をする

当たり前のことですが、「在庫管理」をすることです。一口に在庫管理といっても、次に挙げる「在庫管理」が自社でできていますか？すぐに、チェックしてみてください。もし、一つでも欠けていたら、要注意！即座に実行に移しましょう。それだけで無駄な在庫が減る可能性があります。

① 棚卸しは毎月行う

実地棚卸しは毎月行うように心掛けましょう。ただし、毎月実施するのが困難な業種もあるでしょう。その場合は、最低でも四半期に一度は実地棚卸を行い、毎月の入出庫管理表の記入を徹底させることが基本です。そして、実地棚卸による実際の在庫数量と、帳簿上の在庫数量を突合し、差異があれば原因をすぐに究明します。

これにより、商品や材料などの横流しの誘発防止にもつなが

ります。

② 棚卸しは数だけでなく質も行う

棚卸しを行う際、「数だけを数えて終わり」という場合が多いのですが、正確な在庫管理のためには、ABC分析を行うなど、質の棚卸しを行う必要性があります。

ABC分析とは、管理しようとする対象をA、B、Cの3グループに分け、それぞれの特性に対応した管理方式を重点的に実施するための前提となる分析をいいます。

Aグループは、品目は少ないが金額が大きいため入念に個別的に管理する必要があり、これと対照的に、Cグループは、品目は多いが金額が少ないため定型的チェックを主とし、例外的事態だけを管理するようにします。Bグループはこれらの中間的な管理をするものです。

したがって、Aグループの集中管理が望ましく、あらゆる事象に管理努力を払うことなく効果があらわれるのです。

在庫が増える大きな要因は何でしょうか？「いつかは売れる

↓この値段で売るのは損」と甘い期待をして販売価格を下げられない場合、不要なもの（季節品）など「競争力のない旧商品」などを捨てられない場合などです。これによって、実際には価値のない不良在庫がどんどん計上され、管理経費も膨れ上がるのです。このような事態にならないためには会社全体で明確に基準を設けましょう。

たとえば、「*ヶ月以上、発注が無い商品については*%掛けで販売する。」「*年以上、発注がない商品については廃棄する。」などです。その基準によって在庫管理担当者も棚卸し分析をすることが大切です。

一見、損をしているように思われますが、原価割れでも固定化している資産がキャッシュに変わったり、利益の出ている会社であれば損失が出た分の税負担も減り節税になります。また、管理コストも減少するため、キャッシュフローの観点からは、プラスに大きく作用するのです。小売業の場合には、バーゲンを行うことによって「集客の材料にできる」という効果を得るこ

とも可能となります。

③ 整理整頓を行う

在庫を保管している倉庫などは常に整理整頓しましょう。何がどこにあるか、一目瞭然に整理されていけば、在庫がまだあるのに発注してしまうなどの口スを抑えることができます。

2 発注管理

次に、発注方式を工夫して在庫を減らす方法を見てみましょう。発注方式を、対象となる商品ごとに検討することで在庫を減らすことが可能となります。

発注方式の内容と特徴は次のとおりです。

(1) 定量発注方式

売れ筋商品などの出入りの激しい商品に適しています。

在庫量をチェックし、ある在庫量（発注在庫量）を下回った時にある一定量の発注をかける方式です。

(2) 定期発注方式

在庫管理上あまり手間がかからないことから在庫コストを抑えられるため、量のあまり出ない買い回り商品に適しています。

補充的に毎月一日になったら発注するというように、発注間隔を一定にして発注する方式です。出荷量にバラツキがありますので、毎回の発注量は発注のつど予測をして決めます。

(3) 都度発注方式

高額商品など売れ行きの読みにくい、在庫を持ちたくない商品に適しています。

必要な都度、必要な量を発注する方式です。

高価なシステムを導入する前に、

営業に比べ、在庫管理や発注管理は軽視されがちです。しかし、「在庫は魔物」です。キャッシュフローの観点から、また、本来の意味で利益を出すためには非常に重要であり、会社全体が理解する必要があります。

高価な発注システムや在庫管理システムを導入する前に、自社の流れを社員全員が理解し、まずは、以上のような当たり前のことから実践してみたいかがでしょうか？

ITは先ず「情報」から

ITとは何の略でしょうか?意外に知らない人も多いかもしれません。Information Technology (インフォメーション・テクノロジー) を略してITといいます。

経営でInformation (情報) を活かしていますか? Technology (技術) ばかりに走っていませんか?

例えば、「当社もIT化を進めるぞ!!」なんて考えて情報をろくに得ず、コンピュータやインターネットの環境整備をすればいいんだと考えている経営者が多いのも事実です。

大金をはたいてPOS(販売時点情報管理)システムで失敗し、バーコードが使えず、すっかり手入力作業の商店、高額機器が今は倉庫の肥しになっている工場など技術からスタートした企業は大抵が失敗しています。

情報とは、必要とする人間に対して必要

とされるモノをタイミング良く提供することなのです。

必要としないモノは、単なるゴミでしかありません。あなたの会社の管理資料はゴミにならず情報になっていますか?

また、ITというとデジタル化ばかりを思われている人も多いですが、IT成功のポイントは、ずばり「PC(パソコン)などのデジタル機器の導入」ではなく「活きた情報を得て」「あたりまえのルールをきっちり決めて」「決められたルールに従えるか?」にかかっていると考えられます。

その一定のルールに対して「PC」をどのように使うのか?活かすのか?をよく考えてみてください。

何も考えずパソコンを導入しソフトを購入したから大丈夫とは思わず、購入前にどのようなシステム図が描けるか?それからソフトはこれで大丈夫か?としっかり考えてからIT化を進めていきましょう。

フェイスブック

世界各国で異常なほど普及している「Facebook」(フェイスブック)ですが、日本では今後どうなるのでしょうか? 本家アメリカでは、フェイスブックによって同窓会が減っているケースがあるとのこと。フェイスブックで近況がわかるので、わざわざ同窓会に行く必要がなくなったというのがその理由とか。アメリカでは同窓会

の運営を行う会社も多いため、意外な減少に困り果てているようです。フェイスブックは実名登録であることから、匿名の掲示板に見られるような根拠のない誹謗中傷も起き難く、ユーザーも真摯にコメントを書いているのが特徴です。そのことが、会社や商品のコンテンツに対して信頼性を持たせることもできるため、今後は企業の活用も増えてくる可能性があります。

ファクタリングは慎重に!

ファクタリングとは、企業が売掛債権をファクタリング会社に売却し、ファクタリング会社が企業に代わって売掛債権を回収する取引のことをいいます。

これにより資金調達ができるという広告やダイレクトメールが企業に届く場合があるかと思えます。「買取額は債権の99.5%」ならまだいいのですが、「債権の95%!で金利相当額は5%」といううたい文句で広告されている場合もあります。この場合には気をつけてください。

例えば5%の条件で2,000万円の債権を年間通して常にファクタリングにしまうと、結局年間にして2,000万円×5%×12ヶ月=1,200万円(年利60%)の金利を支払うのと同じになってしまいます。

貸倒率が高いなど一定の場合を除き安易に手を出さないよう気をつけてください。