

## 第5問

ニッショウチケット社は複数の音楽プロモーション会社と代理店契約を結び、コンサートのチケットを販売している。次の〔資料〕にもとづいて、下記の問に答えなさい。

### 〔資料〕

1. ニッショウチケット社は1枚のチケットにつき、売上の20%をコミッション（販売手数料）として受け取る（それ以外には収益はない）。
2. ニッショウチケット社の1カ月の平均販売枚数は4,800枚、チケットの販売単価は20,000円である。
3. 固定費（月当たり）は4,000,000円（給与、家賃等）である。
4. 変動費はチケット1枚当たり2,000円（うち、宅配便料金1,000円）である。

問1 1ヶ月の平均的な営業利益を求めなさい。

問2 損益分岐点の販売枚数を求めなさい。

問3 チケットの単価が24,000円に値上げされたために販売枚数が1,000枚減少した。また、宅配便の1枚当たりの送料が1,400円に値上げされた。従来と同額の営業利益を上げるためには月当たり固定費をいくら削減しなければならないか。

問4 CVP分析に関する以下の記述のうち最も不適切なものを1つ選びなさい。

ア. CVP分析では、分析期間内において固定費は一定であると仮定している。

イ. CVP分析では、簡単かつ分かりやすく分析を行えるように、販売価格、変動費総額、固定費総額が一定であると仮定している。

ウ. 市場競争が激しく、企業の価格決定権が低下している場合、当該企業では利益計画の精度を確保することは簡単ではない。

エ. CVP分析においては、操業度の変化のみならず、価格、固定費あるいは変動費率が利益に与える影響を検討することができる。