

| | | |
|--|----------------------|----------------|
| | シーズ名 | 戦略的原価管理の理論と実務 |
| | 氏名・所属・役職 | ト志強・経営学研究科・准教授 |
| <p><概要></p> <p>近年、経済の成熟化、市場のグローバル化、情報技術の普及に伴い、企業を取り巻く経営環境は大きく変化し、企業経営に多様な影響を及ぼしている。企業はこれらの経営環境の変化にうまく対応することなくしては、激しい市場競争に勝ち残ることができない。こうした中で、競争優位のツールとしての戦略的原価管理が注目されつつある。このような戦略的原価管理の手法として、原価企画やABC/ABMがあげられる。</p> <p>原価企画は、日本で開発され発展した原価管理の手法である。その特徴は原価発生の源流に遡って、設計、開発さらには商品企画の段階で原価を作り込むことである。原価企画は、日本企業の競争優位をもたらした管理手法として、欧米諸国の学界・実務界においても高い評価を得ている。</p> <p>一方、ABC(Activity-Based Costing:活動基準原価計算)はアメリカで開発され発展した原価計算の手法である。その目的は間接費を正確に製品原価に配賦することにある。ABM(Activity-Based Management:活動基準管理)はABCから得られた正確な原価情報を原価低減活動に活用するために考え出された原価管理の手法である。近年、数多くの日本企業は、ABC/ABMを導入することにより、業績を確実に上げている。</p> <p>原価企画やABC/ABMといった戦略的コスト原価管理手法の目的は、単なるコストを削減するのではなく、利益を上げることにある。そういう意味では両方とも利益管理の手法といえる。</p> <p><アピールポイント></p> <p>戦略的原価管理の特徴は、単なるコストを引き下げるのではなく、コストの観点から経営全体を把握することである。日本で誕生した原価企画が直接費の管理に重点を置くのに対して、アメリカで誕生したABC/ABMは、間接費の管理に焦点を合わせている。これらの二つの原価管理手法の統合が企業に製品ライフサイクル全体にわたるすべての種類のコストを管理する一つの道を開くことになると考えられる。</p> <p><利用・用途・応用分野></p> <p>戦略的原価管理手法である原価企画やABC/ABMはもともと企業の実務から生まれた原価管理の手法である。長年の実践および理論研究を通じてその実施方法やツールなどはすでに開発・整備されている。</p> <p>営利企業や非営利企業、あるいは製造業や非製造業など、あらゆる企業組織をうまく管理・運営するためには原価管理を効果的かつ効率的に行うことが欠かせない。日本国内・海外を問わず、戦略的原価管理システムの導入によって、組織の業績を上げた事例は数多く報告されている。例えば、近年病院や銀行などのサービス企業に原価企画やABC/ABMを成功裏に導入している事例が増えている。</p> <p><関連する知的財産権></p> <p>特になし。</p> <p><関連するURL></p> <p>特になし、</p> <p><他分野に求めるニーズ></p> <p>特になし。</p> | | |
| キーワード | 戦略的原価管理、原価企画、ABC、ABM | |