

# 管理会計

利益は、業績の評価基準です。また利益は、事業の継続と発展のための未来のコストでもあります。したがって、利益は管理されなければなりません。そのために管理会計が必要です。

@bridge consulting



## 企業と利益(ドラッカー)

- 企業の目的が、利益を極大化することではない、とすると「利益」とは何なのか
  - ◆ 利益とは、企業や企業活動にとって目的ではなく制約条件である。
  - ◆ すなわちそれは、企業活動や企業の意思決定にとって、原因や、理由や、根拠ではなく、その妥当性の判定基準である。
  - ◆ 事業の判定基準は、利益の極大化ではない。それは経済活動に伴うリスクを補填し、損失を回避するために必要な利益の実現である。
- したがって、利益は管理しなければならない。

@bridge consulting

## 個別利益管理

- 製商品別・顧客別の収益管理が必要
  - ◆ 受注売上傳票から個別製商品ごとの受注売上を集計する。
  - ◆ 「一括出精値引き」は、売上額按分などで配賦する。
  - ◆ 個別の製商品の属性を情報登録し、商品カテゴリーや事業単位毎の受注売上を管理する。
  - ◆ 可能な限り、販売店の先の需要先を把握。
- 商品別・顧客別の原価管理が必要
  - ◆ 個々の製商品の直接材料費・直接労務費を集計
  - ◆ 間接労務費や設備償却費などは、所定のルールで各製品に配賦する。
  - ◆ 販売管理費も同様に所定のルールを作り配賦する。
- 個別の収益 = 個別の原価 = 個別の利益

## 標準原価

標準原価を設定し、業績管理や予算管理に利用する。定期的に原価実績を基に標準原価の見直しを行う。

- 標準原価を設定する
  - ◆ 繰返し生産の場合は各製商品毎に、
  - ◆ 個別受注生産の場合は標準工程毎に
  - ◆ 直接材料費・直接労務費を製品に直課し、間接費用は生産高で配賦する。
- 原価差額を算出する
  - ◆ 実績を集計し標準原価との差異を算出する。
- 原価差額の要因を分析し、改善課題を抽出する。
- 原価差額実績から次期標準原価を再設定する。

詳細はお問い合わせください。

---

[consulting@hashimukai.com](mailto:consulting@hashimukai.com)

 @bridge consulting