

原価管理規程

第1章 総則

第1条 (目的)

この規程は、原価管理に関する基本的事項とその実施手続について定める。

第2条 (原価管理の目的)

原価管理は、会社の利益確保のために、開発設計、製造、営業、予算等の段階で製品ごとに計算・設定する原価を管理することを目的とする。主な目的は、以下のとおりとする。

- (1) 原価企画目的
- (2) 原価維持目的
- (3) 原価改善目的
- (4) 価格決定目的
- (5) 業績管理目的

第3条 (原価の定義)

この規程にいう原価とは、製品の生産及び販売のために消費される経済価値のことをいう。

第4条 (原価の種類)

この規程で管理する原価の種類は、管理目的に応じて段階別に以下のとおりとする。

(1) 開発設計段階

① 許容原価

許容原価とは、開発設計段階で設定する目標原価を決定するために、目標売価から目標利益を減じた原価のことをいう。

② 成行原価

成行原価とは、開発設計段階で設定する目標原価を決定するために、現状の設備・技術力などの実力に基づいた原価のことをいう。

③ 目標原価

目標原価とは、開発設計段階及びそれ以降の原価低減活動に基づいて算出した目標となる原価のことをいう。なお、目標原価は、製品ライフサイクル、原価低減活動計画等を考慮して時系列に設定することが望ましい。

(2) 製造段階

① 標準原価

標準原価とは、標準原価適用期間の設備・技術力を考慮した生産能力に基づいた標準価格、標準数量・工数、標準賃率、標準間接費率等によって算出した原価のことをいう。

② 実績原価

実績原価とは、標準価格、標準賃率、標準間接費率等に実際数量・工数等に乗じて算出した原価のことをいう。

③ 実際原価

実際原価とは、実際価格、実際賃率、実際間接費率等に実際数量・工数等に乗じて算出した原価のことをいう。

(3) 営業段階

① 見積原価

見積原価とは、価格決定のために、販売戦略及び価格政策に基づいた原価のことをいう。

(4) 予算段階

① 予算原価（予定原価）

予算原価（予定原価）とは、予算策定・業績管理のために、販売・生産計画に基づいた予定価格、予定数量・工数、予定賃率、予定間接費率等によって算出した原価のことをいう。

第5条（原価の分類）

原価は目的に応じて、以下のとおり分類する。

(1) 直接費と間接費

① 直接費

直接費とは、原価の発生が製品と直接関連づけられる費用のことをいう。

② 間接費

間接費とは、原価の発生が製品と直接関連づけられない費用のことをいう。

(2) 変動費と固定費

① 変動費

変動費とは、販売・生産量の増減に応じて比例的に増減する変動的な費用のことをいう。

② 固定費

固定費とは、販売・生産量の増減に応じて比例的に増減しない固定的な費用のことをいう。

(3) 個別費と共通費

① 個別費

個別費とは、別途定めた原価計算規程の部門別計算の部門費の集計において、個別的に発生する費用のことをいう。

② 共通費

共通費とは、別途定めた原価計算規程の部門別計算の部門費の集計において、個別に認識できず、複数の部門に共通的に発生する費用のことをいう。

(4) 管理可能費と管理不能費

③ 管理可能費

管理可能費とは、業績管理のために、対象の部門で発生あるいは配賦される原価のうち、管理可能な費用のことをいう。

④ 管理不能費

管理不能費とは、業績管理のために、対象の部門で発生あるいは配賦される原価のうち、管理不能な費用のことをいう。

第6条 (最高責任者)

原価管理の最高責任者は、社長とする。

第7条 (統括責任者)

原価管理の統括責任者は、経営企画室長とする。

第8条 (原価管理者)

原価管理の主管責任者は、以下のとおりとする。

(1) 開発設計段階

- ① 許容原価の責任者は、事業部門の長とする。
- ② 成行原価の責任者は、技術部門の長とする。
- ③ 目標原価の責任者は、技術部門の長とする。

(2) 製造段階

- ① 標準原価の責任者は、製造部門の長とする。
- ② 実績原価の責任者は、製造部門の長とする。
- ③ 実際原価の責任者は、製造部門の長とする。

(3) 営業段階

- ① 見積原価の責任者は、営業部門の長とする。

(4) 予算段階

- ① 予算原価(予定原価)の責任者は、事業部門の長とする。

第9条 (原価管理委員会)

原価管理に関する審議を行うために原価管理委員会を設置する。

2. 原価管理委員会の構成員は、以下のとおりとする。

- (1) 委員長は、委員の中から社長が任命する。
- (2) 委員は、管理、営業、技術、製造、研究開発等の責任者をもって構成する。

3. 原価管理委員会は必要に応じて原価会議を行う。原価会議の主な内容は以下のとおりとする。

- (1) 原価管理規程の改定案の立案・審議。
- (2) 標準原価の設定・改訂に関する事項
- (3) 原価差異の報告に関する事項

第10条（実施細則、マニュアル）

統括責任者は、この規程の運用にあたり細目が必要な事項について実施細則、マニュアルを設けることができる。

第11条（解釈上の疑義）

この規程の解釈について疑義を生じた場合、統括責任者は関係部署の長と協議のうえ、これを決定する。

第12条（改廃）

この規程は、取締役会の決議により、改廃する。

第2章 原価企画

第13条（定義）

原価企画とは、製品開発時に、商品企画から開発終了までの段階において、目標利益を確保するために設定された目標原価を作り込む活動のことをいう。

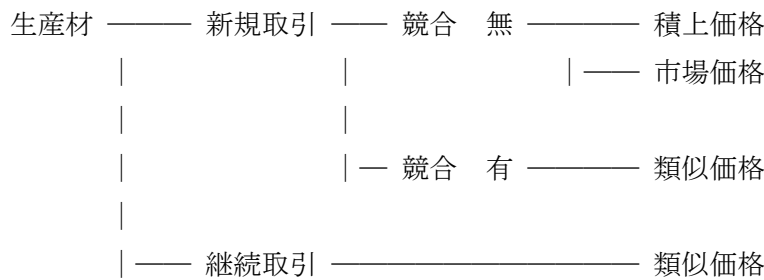
第14条（原価企画の手続）

原価企画の手続は、目標売価、目標利益、許容原価の設定、成行原価の算定、原価低減目標の検討、目標原価の設定から成り、製造、技術部門のみならず、販売、購買、経理部門など多様な部門間の意見の調整を経て行われる。

第15条（目標売価の設定）

目標売価の設定は、製品の特長に応じて、種類の異なる価格を勘案して行われる。製品の特長は顧客対象、製品タイプ、市場性によって分類され、その分類ごとに勘案すべき価格の種類が異なる。価格は、市場価格、類似価格、希望価格等があり、市場価格は、需要と供給の関係で決定される売価であり、類似価格は、自社と競合他社との価格を比較した売価であり、希望価格は、顧客側より提示される売価である。製品の特長と対応する価格の主な種類は以下のとおりである。

（顧客対象）	（製品タイプ）	（市場性）	（目標原価決定要因）
消費材	—— 新製品	—— 比較対象無	—— 積上価格
		— 競合 無	—— 市場価格
		— 競合 有	—— 類似価格
	—— 既存品	—— 新機能 有	—— 市場価格
		— 新機能 無	—— 類似価格
	—— 顧客の予算枠商品	——	—— 希望価格



第16条（目標利益率及び目標利益の設定）

目標利益率の設定は、売り手市場か買い手市場かという市場の特長、価格政策の量的要素と質的要素の影響を受ける。売り手市場であれば利益を確保する可能性が高く、買い手市場であれば利益を確保する可能性は低くなる。価格政策の量的要素は競合関係、顧客の購買力、シェア、市場の成長性という需要関係に影響を与える項目であり、質的要素は品質、機能、技術、環境対応といった商品力である。

目標利益は目標売価に目標利益率を乗じることによって求める。

第17条（許容原価の設定）

許容原価は、目標売価、目標利益を所与として、目標売価から目標利益を減じることによって製品単位に設定する。

第18条（成行原価の算定）

成行原価は、現状の設備・技術力などの実力をもとにいくらの原価でできるかを機能別、費目別、部品別、部門（工程）別等に算定する。

成行原価の算定には、原価計算で使用している類似製品の標準単価・賃率、標準消費量・工数等を使用する。

第19条（原価低減目標の検討）

原価低減目標の検討は、成行原価が許容原価を上回る場合、許容原価から成行原価を減じて原価低減目標額を商品企画段階、商品化段階、製造段階ごとに設定し、VE等によって原価低減を行う。VEとは、最低の総コストで、必要な機能を確実に達成するために、組織的に、製品の機能の研究を行い、価値を向上させる方法のことをいう。VEにおいて、機能の評価額を原価で除して、価値を評価する。（価値＝機能評価額÷原価）

VEによる原価低減は以下の各段階で行う。

（1）商品企画段階

商品企画段階では、製品コンセプトを機能、性能、仕様等の具体的な数値に変換し、機能の追加や削除を検討することによって、価値を向上あるいは維持しながら原価を低減していく。

（2）商品化段階

商品化段階では、省力化、自動化、標準化、共通化などを意識して、達成すべき諸機能と機能別目標原価を満足する開発、設計を行い、原価を低減していく。

(3) 製造段階

製造段階では、材質の改善、部品の形状の変更、加工方法の改善、作業手順の見直し、外部仕入品の価格交渉、外注先の変更等を検討することによって、原価を低減していく。

第20条 (目標原価の設定)

目標原価は、成行原価から原価低減目標額を減じて設定する。

第3章 原価維持

第21条 (定義)

原価維持とは、標準原価管理や予算管理によって基準の原価を維持する活動のことをいう。

第22条 (標準原価管理)

標準原価管理とは、製品原価を構成する価格と数量・工数について標準値を決め、この標準値と実績値の差の分析、改善を行うことをいう。

標準原価管理は、標準原価の設定、実績把握、原価差異分析、改善を行う。

第23条 (標準原価の設定)

標準原価の設定は、製品原価を機能別あるいはユニット・部品別に分解し、これを費目別、部門別、工程別、作業区分別に、標準価格と標準数量・工数を乗じて設定する。

標準原価の計算方法については、原価計算規程に準じて行う。

第24条 (実績把握)

実績把握は、以下のとおり行う。

(1) 購入価格

購入価格は、購入品ごとの月平均単価にて実績把握する。

(2) 数量

数量は、作業の都度、出庫票にて実績把握する。

(3) 工数

工数は、作業の都度、作業票あるいは作業日報にて実績把握する。

上記以外については、生産管理規程、購買管理規程に準じて行う。

第25条 (原価差異分析)

原価差異分析とは、原価差異の算定、分析を行うことをいう。

第26条 (原価差異の算定)

原価差異の算定は、原価計算規程に準じて行う。

第27条 (原価差異の分析)

原価差異は、その差額の原因を予算、操業度および能率等の関連において適切に分析し、作業改善および原価低減の促進に活用するとともに、標準原価の改訂の際の情報としても役

立てなければならない。

第28条（原価差異の責任）

原価差異は、原則として差異の発生を統制可能な部門が責任を負う。

原価差異の責任を一つの部門に定めることが困難な場合は、一義的な責任部門を定めた上で原価会議において調整を行う。

原価差異の責任部門は以下のとおりである。

（1）直接材料費差異

材料受入価格差異	購買担当部門
材料投入数量差異	工場各課（課長）

（2）外注加工費差異

外注加工費受入価格差異	購買担当部門
-------------	--------

（3）直接労務費差異

能率差異	工場各課（課長）
賃率差異	工場各課（課長）
予算操業度差異	工場
実際操業度差異	事業部

（4）設備費差異

予算差異	工場各課（課長）
能率差異	工場各課（課長）
予算操業度差異	工場
実際操業度差異	事業部

（5）製造間接費差異

予算差異	工場各課（課長）
能率差異	工場各課（課長）
予算操業度差異	工場
実際操業度差異	事業部

第29条（改善）

発生した原価差異のうち、差異金額が標準原価の一定割合（+*%、-*%）を超える場合は、原因を追求し、対策を推進する。

原価差異については、当該責任部門において金額的影響の大きさ、管理可能性等を勘案して優先度を定め、対応を行い、その状況及び結果を原価会議にて報告する。

原価会議では、原価差異の報告を受け、標準原価の改訂の有無について検討し、適切に標準原価に反映するための指示を行う。

第30条（予算管理）

予算管理は、予算管理規程に準じて行う。

第4章 原価改善

第31条（定義）

原価改善とは、長期ないし中期経営計画、年次経営計画で策定された目標利益を実現するために、目標原価改善額を決定し、これを工場や部門に割り当て、小集団活動による個別改善活動などを通じて原価改善目標を実現する活動のことをいう。

原価改善には、許容原価と目標原価との差を埋めるための活動と目標原価と標準原価との差を埋めるための活動がある。

第32条（許容原価と目標原価）

製品のライフサイクルの段階に応じて、既存製品の顧客から求められる価値が変化するとともに、会社が求める製品の目標利益も変化する。それに応じて、許容原価の再設定を行うとともに、目標原価の見直しのための改善活動を行う。

許容原価及び目標原価の設定については、原価企画に準じて行う。

第33条（目標原価と標準原価）

既存製品の顧客から求められる価値の変化は認められないが、設備の安定稼働、作業者の習熟度の向上、新たな生産技術の開発等により、目標原価の再設定を行うとともに、標準原価の見直しのための改善活動を行う。

目標原価及び標準原価の設定については、原価企画、原価維持に準じて行う。

第34条（原価改善の標準原価への反映）

原価改善によって、標準原価の低減が実現した場合、原価会議にて、その報告をするとともに、標準原価マスタへの反映を行う。

標準原価マスタへの反映タイミングは、原則として、期初に行うが、原価会議にて、速やかに行うことが必要であると判断された場合には、そのタイミングで反映することができるものとする。

第5章 その他

第35条（価格決定）

価格決定については、販売管理規程に準じて行う。

第36条（業績管理）

業績管理については、予算管理規程に準じて行う。

附則

第37条（施行）

この規程は、平成〇〇年〇月〇日から施行する。