

企業診断（原価管理）の結果報告書の例（一部のみ）

結論：貴社の課題

1. 原価計算ではなく、売価計算を行っていました。
そのため、いくら儲かるのか（損するのか）分からないまま、値決めが行われていました。これでは商売の肝である“原価より高く売る”ことはできません。「原価は計算するもの。売価は設定するもの。」この基本を念頭に、今後の見積り活動を行っていくことが肝心です。
2. 標準原価計算の方法を誤解していました。
＜診られた事例＞
 - (1) 材料費に梱包費を含めていませんでした。
 - (2) 加工費をマンとマシンに分けて計算していませんでした。
 - (3) 変動原価と固定原価の概念がありませんでした。
 - (4) チャージの計算方法を誤解していました。
 - (5) 間接費を売価に連動して計算していました。
 - (6) 2人作業の場合、レートを2倍していました。
 - (7) ロスの算入方法が複雑で担当者でないと分からないものでした。
3. 実績原価計算を量産初期流動分しか行っていませんでした。
そのため、量産中期以降の生産分について、実際に儲かったのかどうか分からない状態にあります。特に、モデル終息時の小ロット生産や長年注文のない製品の生産が、原材料のデッドストック化に繋がっています。実績原価をとらまえ、4つの戦略（営業戦略、製品戦略、価格戦略、コストダウン戦略）の立案、実行を行っていくことが大切です。
4. 特別価格で受注した後のフォローアップ不足。
“海老で鯛を釣る”ための“海老”が食べられっぱなしになっている可能性を感じました。収益改善会議でその後のフォローアップを実施していかなばなりません。見積書と原価計算書は常にセットにし、黒字受注品と赤字受注品に分けてファイリングしておくが良いです。