



**製造原価管理のご支援**  
～CCイノベーションのコンサルティング～

株式会社CCイノベーション



1. 課題解決の背景
2. 目指す姿
3. 取り組むべきこと
4. CCイノベーションのコンサルティング
5. コンサルティングメニュー例
6. 導入効果

# 01. 課題解決の背景

## なぜ「製造原価」に着目するのか？

原価計算は「戦略立案」の一丁目一番地です。

### 製造原価を把握していないと・・・

赤字のA社向けの製品Bが儲かっていると思い込んでいる



営業強化によりA社向けの製品Bの売上が増加!!



工場内は忙しいのに、赤字幅が拡大するという結果に・・・

受注単価を10年間見直していない（値上げしたら失注？）



10年前と比較して受注数量は減少し、人件費等も上がっている



結果的に赤字受注を続けている・・・

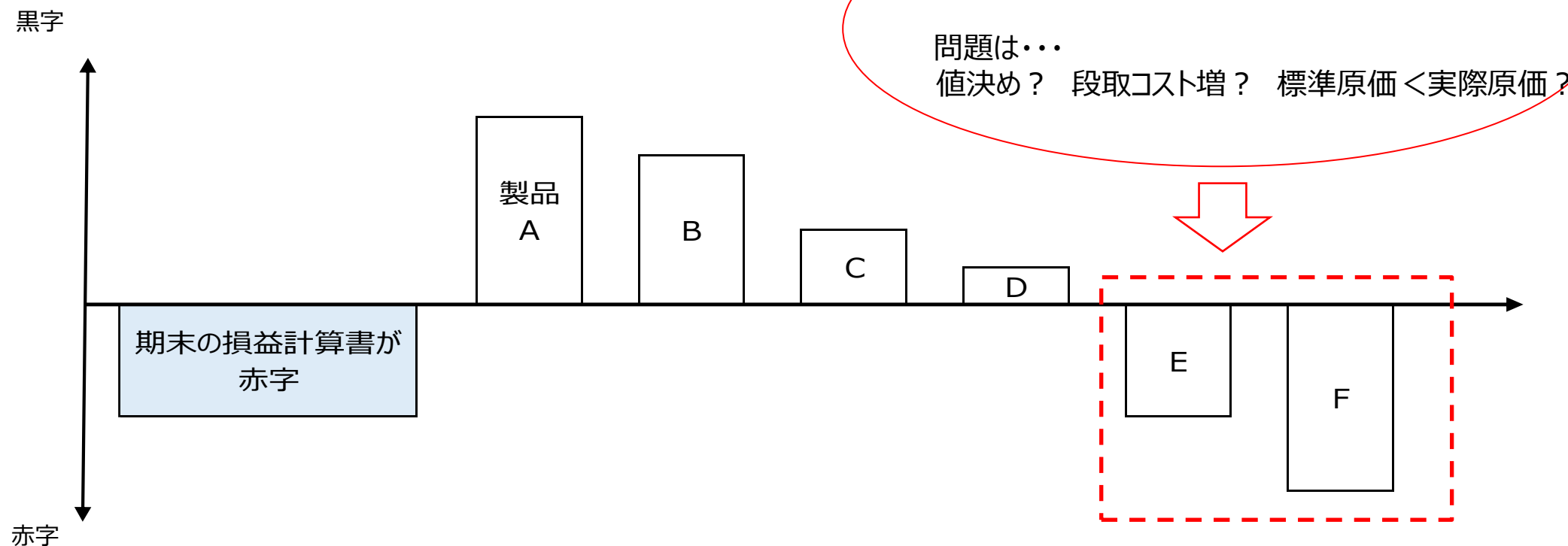


**正しく現状を把握しないと、間違った戦略になる危険性がある**

### 黒字製品・赤字製品の選別

黒字製品、赤字製品を見える化し、収益力の強化を図ります。

#### ★イメージ



# 03. 取り組むべきこと

## 変動費の見直し

赤字解消のためには  
売上2倍

売上	500	⇒	1,000 ?
変動費	450		900
限界利益	50		100
固定費	100		100
経常利益	△50		0

稼働率 (人、工場等)

80%

⇒

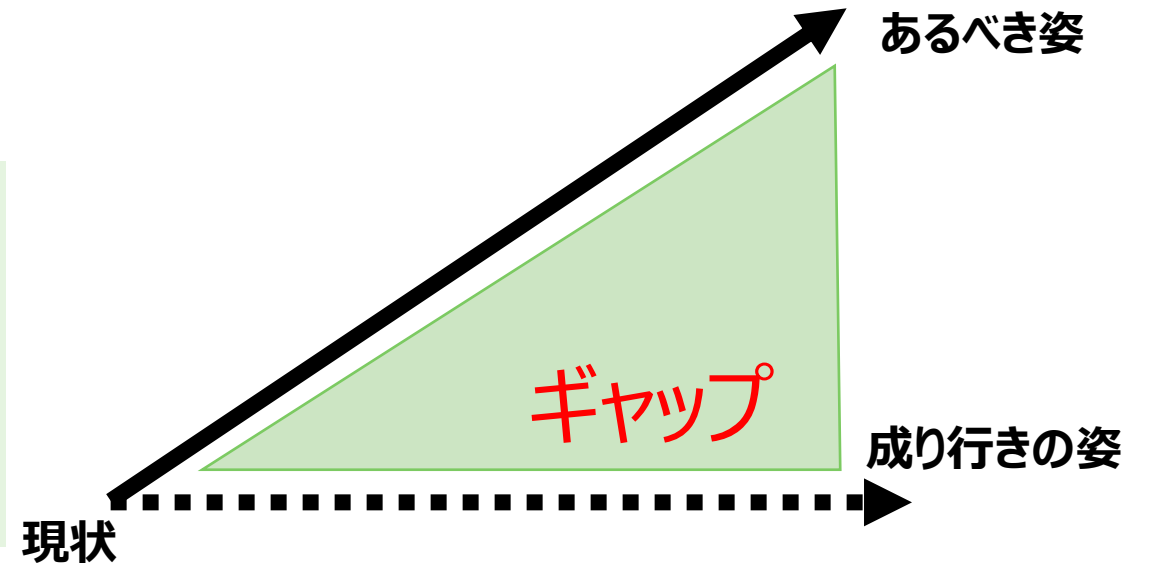
160% ?

生産力・営業力には限りがあります。製造原価（値決め）から打ち手のヒントを見つけましょう！

### 数字を基点としたPDCAサイクルの実践

「数字」に着目することの意味

- 1.現状を「見える化」することによって（現状把握）
- 2.原因や課題を発見し（課題発見）
- 3.課題解決のための戦略を立てること（戦略策定）



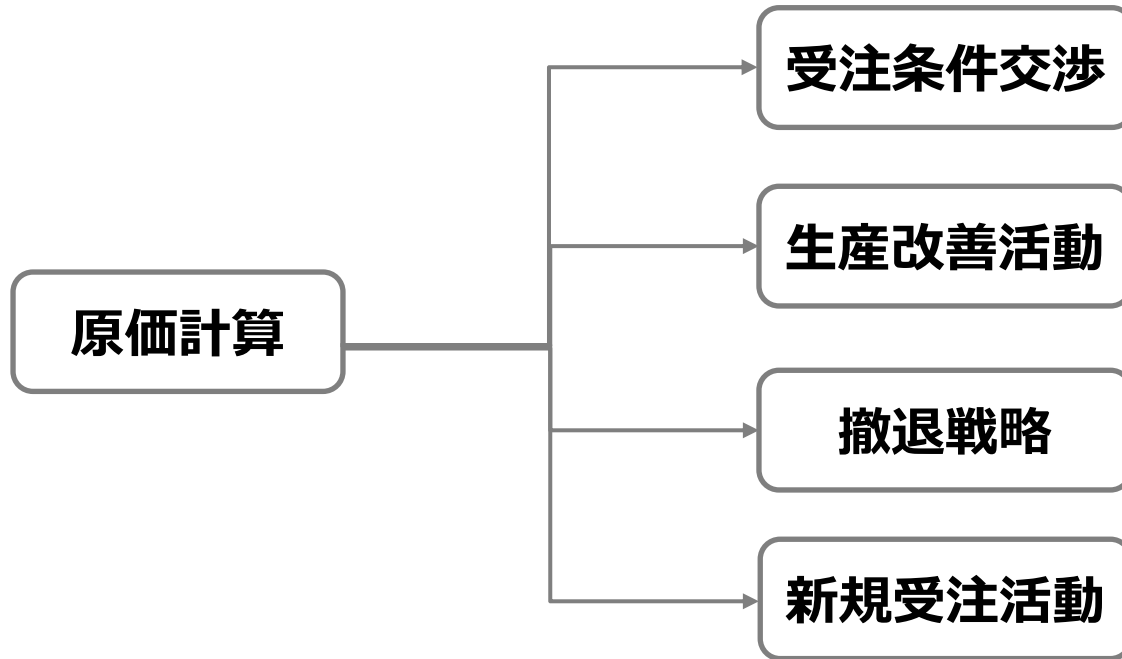
- 現状把握をするためには、「数字」を糸口として、別のデータについての整理・分析が必要な場合がある。
- 策定した戦略を実行した後は、再び「数字」に注目し、成果を確認する。そして、①現状把握、②課題発見、③戦略策定を繰り返すことが重要となる。

「現状」分析と「あるべき姿」の設定により、明確に「ギャップ」を認識することをサポートします！

# 05. コンサルティングメニュー例

## 戦略立案

製品の原価情報を可視化し、原価計算をベースに製品・受注ごとに戦略を検討します。



No.	販売先	製品概要①			製造原価 合計	製品単価 (円)	粗利益/個	利益率 (%)																																																
		伝票番号	規格	Kno.																																																				
1		7007397	60/寸 × 1922mm × 0.24t	K21-0087	74,508	56,120	▲ 18,388	-32.8%																																																
2		7007406	25.7/寸 × 2436mm × 0.70t	KD21-0001	97,535	66,180	▲ 31,355	-47.4%																																																
3		7007408	62/S × 2252mm × 0.35t	KT21-0159	73,079	53,820	▲ 19,259	-35.8%																																																
4		7007409	62/S × 1946mm × 0.30t	KT21-0160	62,183	36,000	▲ 26,183	-72.7%																																																
5		7007409	62/S × 1946mm × 0.30t	KT21-0161	63,249	36,000	▲ 27,249	-75.7%																																																
6		7007410	90/寸 × 1940mm × 0.20t	KT21-0162	76,593	61,670	▲ 14,923	-24.2%																																																
7		7007410	90/寸 × 194																																																					
8		7007410	90/寸 × 194																																																					
9		7007410	90/寸 × 194																																																					
10		7007410	90/寸 × 194																																																					
					<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">販売先</th> <th colspan="4">製造製品合計</th> </tr> <tr> <th>売上小計</th> <th>粗利益</th> <th>%</th> <th>合計</th> <th>粗利益</th> <th>%</th> <th>数量</th> <th>平均単価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20,106,930</td> <td>▲ 6,074,966</td> <td>-27.2%</td> <td>20,106,930</td> <td>▲ 6,074,966</td> <td>-27.2%</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>676,476</td> <td>▲ 219,504</td> <td>-32.4%</td> <td>676,476</td> <td>▲ 219,504</td> <td>-32.4%</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>93,192,541</td> <td>26,023,508</td> <td>27.9%</td> <td>96,103,049</td> <td>13,126,572</td> <td>23.4%</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>966,770</td> <td>336,117</td> <td>34.8%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				販売先				製造製品合計				売上小計	粗利益	%	合計	粗利益	%	数量	平均単価	20,106,930	▲ 6,074,966	-27.2%	20,106,930	▲ 6,074,966	-27.2%			676,476	▲ 219,504	-32.4%	676,476	▲ 219,504	-32.4%			93,192,541	26,023,508	27.9%	96,103,049	13,126,572	23.4%			966,770	336,117	34.8%					
販売先				製造製品合計																																																				
売上小計	粗利益	%	合計	粗利益	%	数量	平均単価																																																	
20,106,930	▲ 6,074,966	-27.2%	20,106,930	▲ 6,074,966	-27.2%																																																			
676,476	▲ 219,504	-32.4%	676,476	▲ 219,504	-32.4%																																																			
93,192,541	26,023,508	27.9%	96,103,049	13,126,572	23.4%																																																			
966,770	336,117	34.8%																																																						
188		7007517	50/寸 × 23		1,459,020	507,782	34.8%	0																																																
189		7007513	44/寸 × 213		13,320	5,003	37.6%	0																																																
190		7007520	66/寸 × 134		680,000	230,415	33.9%	0																																																
192		7007522	45/寸 × 194		2,419,660	672,140	27.8%	0																																																
194		7007524	45/寸 × 194		345,600	▲ 112,140	-32.4%	▲ 112,140																																																
195		7007524	45/寸 × 194		1,732,058	▲ 562,032	-32.4%	▲ 562,032																																																
196		7007526	54/寸 × 214		1,188,400	360,048	30.3%	0																																																
197		7007527	64/寸 × 214																																																					
198		7007527	64/寸 × 214																																																					
199	宮本/JET織布	7007527	64/寸 × 214		73,730	53,290	▲ 20,440	-38.4%																																																

### 1. 現在は、作れば作るほど儲かる時代ではない。

- 売上高（仕事量）だけを増やしても、必ずしも利益につながらない。
- その意味で、損益分岐点分析には限界がある。
- =「どれだけ売上高を伸ばせばいいか」を測る指標だけでは、不十分である。
- 売上高の管理だけでは、足りない

### 2. 「儲かる仕事を選ぶこと」が大切である。

- 人手不足の中では、受注側は手一杯の状況にある。
- 仕事量を増やすだけでは、従業員の残業などの負担が大きくなる。
- そのため、「儲かる仕事だけを選ぶこと」は、人材確保にもつながる。

製造原価の管理後は**今以上**に収益力強化へ！



- 本資料は、経営コンサルティングに関する情報の提供のみを目的として作成されたものであり、経営コンサルティングのお取引を強制するものではありません。
- 本資料に記載されている意見などはCCイノベーションが信頼に足り、且つ正確であると判断した情報に基づき作成されたものではありませんが、その正確性、確実性を保証するものではありません。なお、本資料は、作成日において入手可能な情報等に基づいて作成したものであり、金融情勢・社会情勢等の変化により、内容が不正確なものになる可能性もあります。
- 本プログラムへの参加の最終決定はお客様御自身の判断でなされるよう、また、必要な場合には顧問弁護士、税理士などにご相談いただきますようお願いいたします。