

4 原価低減のマネジメント

企業は現有のヒト、モノ、カネ、情報などの経営資源をムダなく投入することが一層要求されています。ここに原価低減、つまりコストダウンへの取組みによる収益増が重要視されるようになってきています。今後はいかに内製品の付加価値を高めるとともに、製造原価の半分以上占めている原材料や外製品のコストを下げることに努力を傾注すべきです。

原価低減の必要性

企業内のあらゆるロス、ムダを省いて適正な原価へと下げていく

原価管理の重要な仕事の1つに原価低減があります。原価低減には2つの側面を持っており、1つは原価そのものを引き下げることであり、もう1つは投入する原価の効率（付加価値）を高めることです。図4-1は原価低減の方策をまとめたものです。

(1) 原材料費の低減

製造原価に占める材料費は、一般に3分の1を超えています。したがって、材料費の低減は重要な経営課題であり、全社を挙げて原材料費の低減に努めなければなりません。

(2) 購入部品費、外注加工費の低減

原材料費について占める割合が高い費目です。内外製の配分を適正にし、単価の算定はP C S方式（購入コスト基準）などの科学的算定方式に基づいて行うのが望ましいでしょう。原材料費と合わせた製造原価の55～75%が資材購買費であり、その性格は外部流出費用です。この費目の削減が製造原価低減に大きく寄与するので避けては通れません。表4-1は購入品と外注品の購入単価を下げるべき課題ポイントをまとめました。プロジェクト活動や提案制度などの社内の総力を挙げ、また時には取引先を巻き込んで共同で進めていくことも必要です。

① 製品仕様の検討

製品設計が完了する時点で製造原価の大部分が決定づけられます。したがって、図面ができあが

るまでに行う原価低減活動が重要になってきます。この段階で行う活動に原価企画、つまり新製品の目標コスト達成活動、既存製品の採算向上活動があり、手法にV E活動と製品分析、ティアダウンが用いられています。

② 購入価格の引き下げ

購入価格の引き下げには、次のような方策について幅広い検討が必要です。

- ・取引先候補の選定
- ・相見積りと見積り合わせ
- ・価格折衝
- ・発注
- ・納期管理

(3) 社内加工費の低減

社内加工費の大部分は固定費です。固定費の削減は主として人と設備の有効利用に努めていく必要があります。

- ①工数低減（生産性向上）
- ②不良撲滅（品質向上）
- ③在庫削減、仕掛り縮減
- ④経費節約

図4-1 製造原価の低減

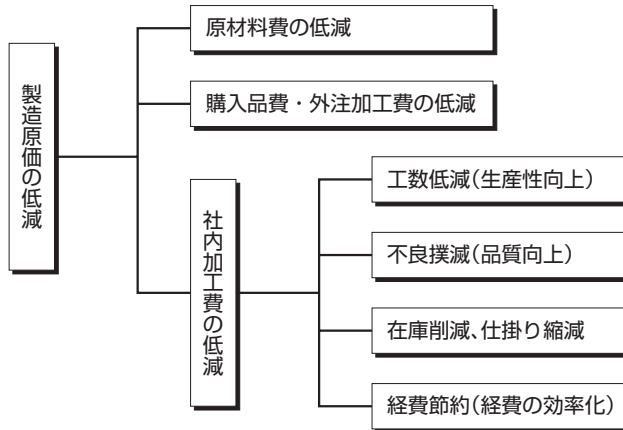


表4-1 購入単価を下げる方策例

方 策	1. 安くさせる ・方針的値下げ ・指し値 ・見積り査定、折衝
	2. 購入条件を変える ・ロット（発注、納入） ・納入サイクル ・支払条件
	3. 安い購入先から購入する ・入札 ・複数購買または見積り合わせ方式の採用 ・購入先の切替（新規開拓、海外より）
	4. 購入先でのCR活動（コスト削減活動）
	5. 設計仕様を変える ・モジュール化 ・VA/VE ・標準品の多用 ・代替材料 ・加工工程の最適化 ・要求精度の最適化 ・副製品の削減または有効利用