

| | | | | | |
|------|--------|-----------|------------|--------|-----|
| 講義名 | 原価計算論A | | | 授業形態 | |
| 担当教員 | 早川 翔 | 開講期・曜日・時限 | 後期 木曜日 3時限 | | |
| | | 単位数 | 2 | 履修開始年次 | 2年生 |

主題と概要

利益は、利益＝収益－原価の式で表せます。この式から、少ない原価で多くの収益を獲得することが、利益増大につながると言えます。したがって、企業経営において原価をいかに引き下げるかは重要であり、そのためには自社の原価構造を知る手段としての原価計算が必要になります。本講義では、日商簿記検定2級における工業簿記（原価計算）の範囲、特に個別原価計算に関する内容を学習します。

到達目標

- (1) 製品の製造に伴い発生する原価の種類や、個別の原価数値をどのように集計・配賦するかについて学習することで、原価計算の目的や意義が理解できるようになる。
- (2) 個別原価計算の計算方法を学習することで、オーダーメイドの製品を取り扱う企業がどのように原価計算を実施しているかが理解できるようになる。
- (3) O/P分析の目的や計算方法を学習することで、原価情報を経営上の意思決定にどのように利用されるかが理解できるようになる。

提出課題

毎回の講義で授業内容にもついた課題を課します。課題の提出にはスマートフォンやタブレットなどが必要です。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

毎回の講義で授業内容にもついた課題を課します。課題の提出にはスマートフォンやタブレットなどが必要です。フィードバックは、次の授業冒頭で課題の解説という形でを行います。

評価の基準

毎回の授業内課題の成績（100％）で評価を行います。

履修にあたっての注意・助言他

- ・本講義を受講する前提として簿記に関する基礎的知識(特に仕訳・転記の方法)が必要です。
- ・原価計算の内容は積み重ねが重要な学問なので、休むと次回以降の内容がわからなくなります。
- ・授業では計算問題を扱うことがあるため、電卓が必要です。
- ・ICTを活用した授業内課題を実施するため、スマートフォンやタブレット端末が必要です。

教科書

・使用しない。

参考図書

・なし。

その他

プリント資料
毎回の講義で使用します。

授業計画

- 第1回 原価計算とは何か
- 第2回 費目別計算1 材料費
- 第3回 費目別計算2 材料費の予定配賦と労務費
- 第4回 費目別計算3 労務費の予定配賦と経費
- 第5回 個別原価計算1 製造間接費の配賦
- 第6回 個別原価計算2 製造間接費の予定配賦
- 第7回 前半のまとめ
- 第8回 個別原価計算1 直接配賦法
- 第9回 個別原価計算2 相互配賦法
- 第10回 個別原価計算3 部門費の予定配賦
- 第11回 本社工場会計
- 第12回 直接原価計算 O/P分析
- 第13回 直接原価計算 固定分解
- 第14回 後半のまとめ
- 第15回 全体のまとめ

授業形態（アクティブ・ラーニング）

| | |
|--------------------------------------|--|
| ア：PBL（課題解決型学習） | イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態） |
| ウ：ディスカッション、ディベート | エ：グループワーク |
| オ：プレゼンテーション | カ：実習、フィールドワーク |
| キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合） | |

準備学習（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

次の授業までに、授業で扱った仕訳や計算問題について独力で定みなく解けるまで復習する必要がある（4時間程度）

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

本科目が定める目標(1)と(3)は、本学経営学科の共通DPに貢献する。これらの目標を達成することで、企業が製品やサービスを提 供する上でどのような原価が発生するか、発生した原価をもとに 価格決定をどのように行うべきかについて知ることができる。このような知識は、業界関係の要員が原価構造に与える影響や、それらに対して企業がどのように対応しているかを考え、業界の動向や問題点を深く理解する上で有用である。また、目標(1)～(3)は会計コースのDP1と2にも貢献する。目標(1)と(2)の 達成により、DP 1で提示されている企業の財政状態、経営成績を分析する上での初歩的な知識を身につけることができる。また、目標(3)の達成により、DP 2で提示されている企業が直面する問題や企業の強みを発見した経営戦略の構築に対して貢献できるからである。本科目が定める目標(1)～(3)は、本学マーケティング学科のDPに貢献する。これらの目標を達成することで、企業が製品やサービスを提 供する上でどのような原価が発生するか、発生した原価をもとに価格決定をどのように行うべきかについて知ることができる。このような会計的な知識は、組織内や流通における問題探索や課題提案を行ううえで重要な知識である。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

授業内課題にてICTを利用します。

実務経験の有無及び活用

備考