

企業のコストマネジメントと収益性

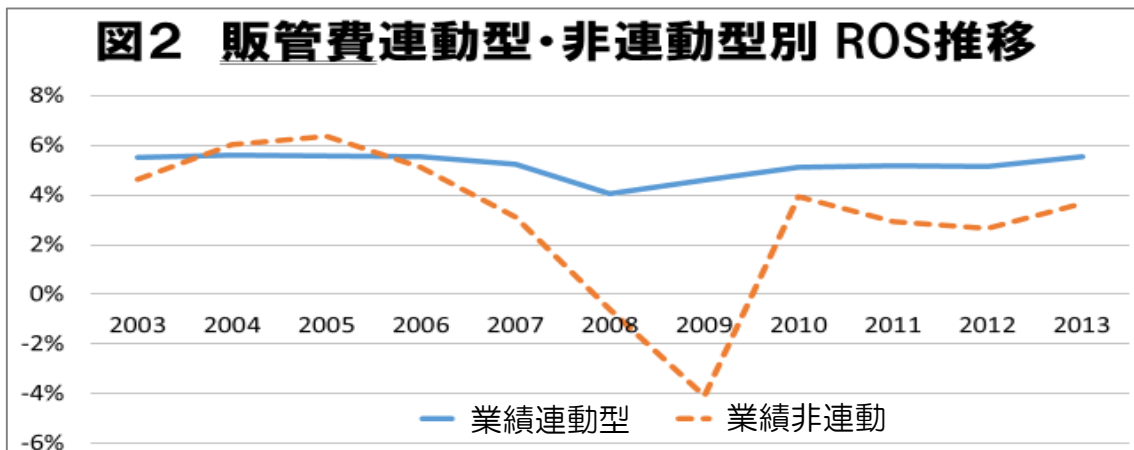
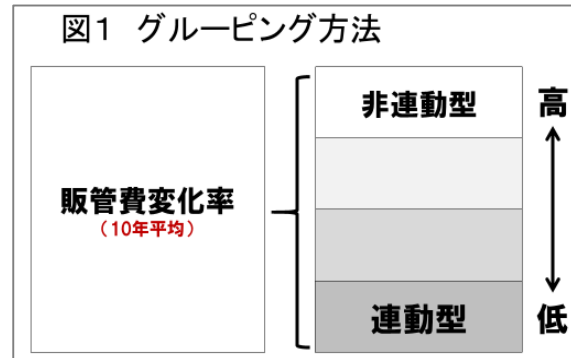
竹口ゼミ 4年 鈴木・田村・土屋・藤田 3年 竹内*・田中・福島 2年 植田・浮島・細川

【はじめに】

企業が業績を上げるためには、人件費・広告宣伝費・研究開発費などのコストが必要不可欠である。そこで私たちは、コストと業績とを連動させている業績連動型、コストと業績とを連動させていない業績非連動型、という二つのコストのかけ方に着目し本研究を進める。

【分析1】

販管費業績連動・非連動でグルーピングし、ROS（売上高営業利益率）を比較。
上場全社およびジャスダック上場企業を、
販管費変化率（＝売上高販管費率の対前年度）で四分位し、グルーピングをした。（図1）



【分析結果1】

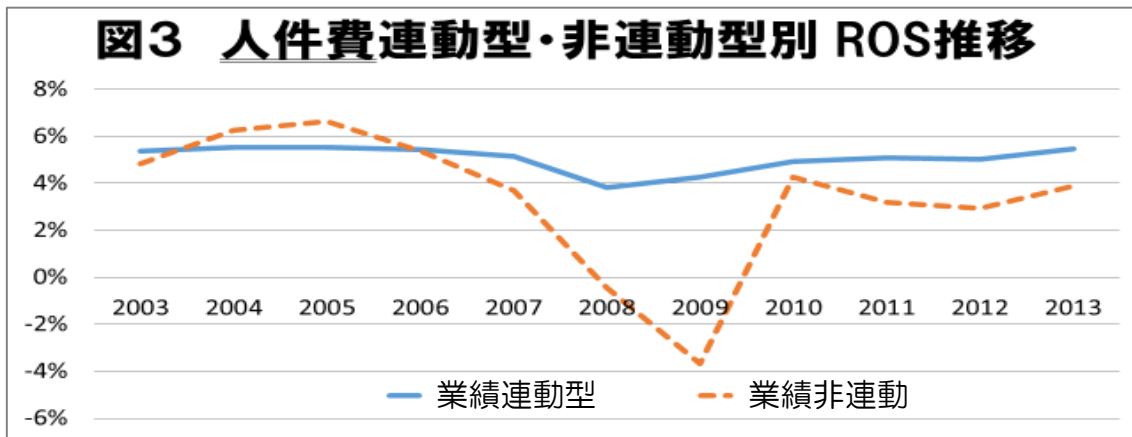
販管費が業績連動型の企業のほうが、ROS は高く推移している。

⇒販管費の約半数をしめる人件費を業績連動型している企業は業績が良いのではないか。

【分析2】

人件費業績連動・非連動でグルーピングし ROS（売上高営業利益率）を比較。

分析1と同様に、分析2では人件費変化率を用いグルーピングを行った。



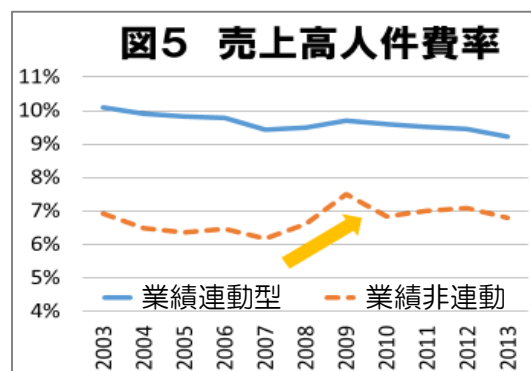
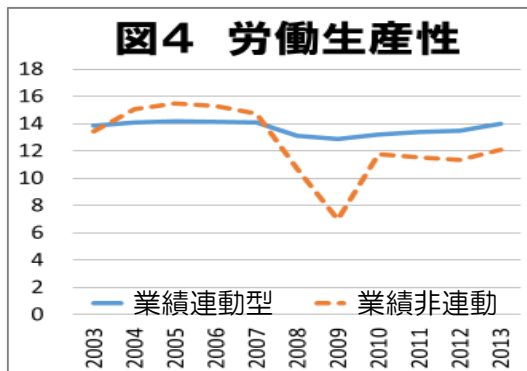
【分析結果2】

業績連動型のほうが ROS が高く不況に強い

⇒業績非連動型に比べ、業績連動型は ROS が高く不況に強いのはなぜか？

【分析3：仮説】

- ① 成果主義的賃金制度とも言える業績連動型は、労働生産性が高いのではないか
- ② 業績連動型は状況に応じて人件費を抑えられるため、不況時に人件費が増加しにくいのではないか



【分析結果3】

- ① 業績連動型の労働生産性（図4）は高い水準で推移している。
- ② 業績非連動型は売上高人件費率（図5）が上がっている。

これらのことから業績連動型の企業のほうが適切なコスト管理ができている。

【結論】

現在の日本は他国に比べて、労働生産性が低いことが問題視されている。また、不況による業績悪化で倒産する企業も多くみられる。

⇒業績連動型の企業を増加させていくことでこれらの問題が改善できる。

実際アサヒビールのように、日本に合わないと言われている成果主義をうまく取り入れている企業もあり、そのような企業から業績連動型へ変えていくヒントを得ることが必要である。

また企業だけでなく、そこで働く私たちも意識を変えることが、日本の明るい未来のために必要不可欠である。