

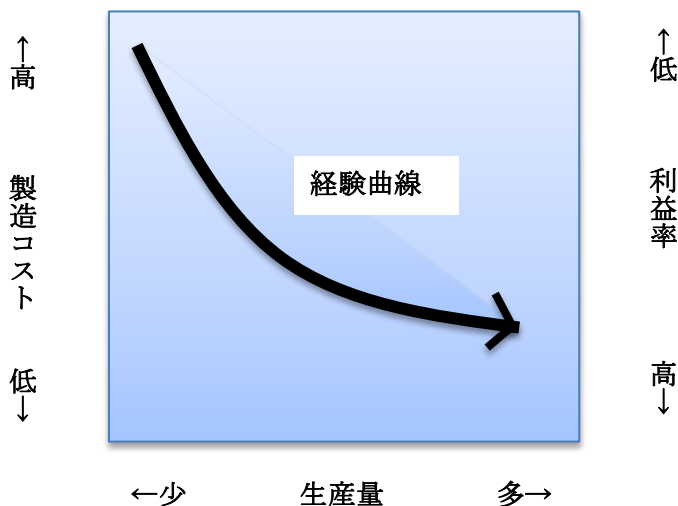
今回のテーマは
経験効果・経験曲線

5分でマスター「経営課題の解決法」Q & A

Q：経験効果・経験曲線とは何か？

A：「規模の経済」を背景にした、全体的なコスト低減です。計画的に取り組む必要があります。

1. 経験効果



製造コストは生産量が増えるにつれて低下していきます。これに従い、企業は販売価格を下げていきます。または販売価格を変えなければ利益率は高まっていきます。このことを一般的に経験効果または（図で見るように）経験曲線といいます。

経験曲線＝生産量増加により製造コストが下がる要因は、

- ①原料の購入量が増え、原料自体の購入価格が下がる＝材料費が下がる
- ②生産量が増えるにつれて製造上の熟練度が高まり歩留まり（原料投入量と製品生産量の比率）が改善される＝ロスがなくなり材料費が下がる
- ③生産量が増えるにつれて、部材等を費用の安いものに変更し全体のコストが下がる＝材料費が下がる
- ④外注利用上のノウハウも増え外注を効果的に使う（＝外注費が下がる）
- ⑤物流量も増え、物流コストが下がる。または物流効率が高まる（＝運送費が下がる）

上記に加えて

⑥稼働率も高まり全体としての労務効率が高まる（管理会計では固定費の中の人件費比率が下がる。または変動費として扱う臨時的労務費比率が下がる）

⑦企画、技術開発、営業等でのノウハウが高まり人的生産性が上がるなどが考えられます。

この経験曲線＝生産コストの低下を、販売価格に反映することで競合との価格競争で優位に立てることになります。または市場がいわば「定価」を受け入れるならば、利益率が飛躍的に高まることになります。製品戦略で売上の拡大をねらうと同時に、製造サイドでは、この経験曲線による製造コストダウンに、意図的に、計画的に（中期の中で）取り組むことが必要です。

2. 戦略的価格政策

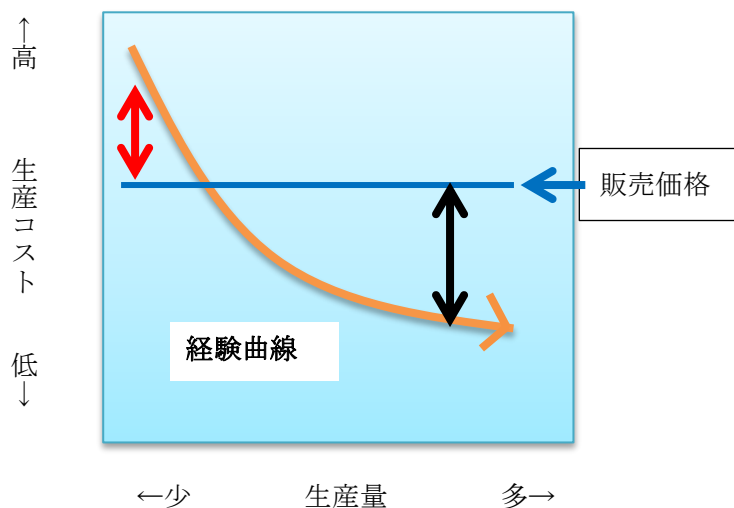
価格政策には、

- ①コスト+利益設定法（コストに必要利益を加えた価格とする）を基本形に
- ②高価格政策・・・売上総利益を高め設定して、限定ターゲットにイメージよく高価格で販売する方法
- ③低価格政策・・・売上総利益を低めに設定して、より広い客層に拡販を行い、量を稼ぐ販売方法

がメインです。自社の製品に合った価格政策を立案します。また上記の経験曲線＝コストダウンを見込んで、

- ④経験曲線政策・・・当初は赤字でも経験曲線の低下によって利益がでる価格に設定する方法

もあります。



図の青いラインの位置に販売価格を設定します。当初は販売価格より生産コストが高く赤字です。経験曲線に伴い生産コストが下がっていきます。販売量が増えれば黒字化して利益がでる価格設定です。

販売量が見込める製品であれば、その製品に限り、この経験曲線政策を取ることが可能です。

補足：規模の経済と範囲の経済

経験効果の追究はいわば「規模の経済」＝量産・量販によって全体の利益率を高めていく経営手法です。一方、「範囲の経済」と呼ばれる経営手法があります。これは、企業が持っている経営資源や経営機能、現有の生産設備や発注・在庫機能などを利用して、他の全く異なる製品群を生産するときに、結果としての合計コストが、同じ複数の製品を別々の企業で生産する場合の合計と比べて相対的に低くなる現象を指しています。他の企業よりコスト優位にまたは販売価格優位に立てることを意味します。この25年程（日本ではバブルが弾けた以降）多くの企業が取ってきた、マーケティング戦略でありコスト戦略です。