

第 1 問 答案用紙< 1 > (会 計 学)

問題 1

問 1

437,500 円

問 2

99,000 円

問 3

ア	4,750	イ	190	ウ	60
エ	97	オ	3	カ	管理可能

問 4

完成品総合原価	月末仕掛品原価	異常仕損費
23,401,720 円	1,909,850 円	108,180 円

問 5

検査の定点で発生する正常仕損について、度外視法は仕損数量を計算上除外し、加工費を完成品換算量比で良品・月末仕掛に配賦する。一方、非度外視法は正常仕損を生産量に含め、材料・加工とも実在量（生産量）比で配賦するため、負担基準が相違する。

問 6

40%点で工程を二分し、各工程の検査点＝終点（定点発生）として工程別総合原価計算を行えば、度外視法と非度外視法の結果は一致する。

第 1 問 答案用紙<2>

(会 計 学)

問題 2

問 1

原料 a	80,000 円 (有利・不利)
原料 b	240,000 円 (有利) 不利
原料 c	20,000 円 (有利・不利)

問 2

	配合差異	歩留差異
原料 a	100,000 円 (有利・不利)	20,000 円 (有利) 不利
原料 b	225,000 円 (有利) 不利	15,000 円 (有利) 不利
原料 c	25,000 円 (有利・不利)	5,000 円 (有利) 不利

問 3

	配合差異	歩留差異
原料 c	20,000 円 (有利) 不利	40,000 円 (有利・不利)

問 4

相対的に単価の低い原料cの使用比率が標準より多く、高単価原料bの使用比率が標準より少なかったため、配合差異は全体として有利となった。

問 5

① 仕掛品	② インプット法	③ 総合
④ 能率差異	⑤ 操業度差異	⑥ 変動費標準配賦率

ア	8	イ	3	ウ	100	エ	20	オ	19	カ	2
---	---	---	---	---	-----	---	----	---	----	---	---

第2問 答案用紙<1> (会 計 学)

問題 1

問 1

(ア)	7,000	(イ)	10,290
-----	-------	-----	--------

問 2

製品Aの市場は急成長が予測されており、この局面では数量拡大と市場占拠率の向上が最優先である。

目標営業利益の達成のみを重視すると、広告宣伝などの固定販売費の投下が抑制され、成長機会を逸してしまうため適切ではない。

問 3

販売活動による差異は、売上数量▲2,600（不利）、変動販売費数量+160（有利）、変動販売費価格▲780（不利）、固定販売費▲1,000（不利）の合計▲2,670千円（不利）となった。一方、製造活動による差異は、変動製造原価価格+2,730（有利）、固定製造間接費+1,000（有利）の合計+3,730千円（有利）となった。したがって、販売活動は営業利益にマイナスの影響を与え、製造活動は営業利益にプラスの影響を与えたと評価できる。

問 4

(ア) 原価標準が高いと予算原価が過大化し目標営業利益が過少化するため、実績との差は有利差異になりやすい。

(イ) 標準が長期に改訂されないと、実質的な改善が乏しくても有利差異が出やすく、製造部門の業績評価が過大になる。

問 5

設問 1

(ア)	890 千円（不利 差異）	(イ)	1,335 千円（有利 差異）
(ウ)	2,225 千円（不利 差異）		

設問 2

市場需要量差異▲2,225千円（不利）は販売課の管理不能要因である。

他方、市場占拠率差異+1,335千円（有利）は販売課の管理可能領域であり、需要減少下でもシェアを伸ばしたことを示す。

よって販売活動は全体として営業利益にプラスに寄与したと評価できる。

第 2 問 答案用紙< 2 > (会 計 学)

問題 2

問 1

363,208 千円

問 2

設問 1

ア	イ	ウ
6,072 個	C	90,700 千円
エ	オ	カ
1,984 個	9,599 個	1,081,038千円

設問 2

製品Bのみを最大購入可能数量まで製造販売した場合の差額利益は400,500千円である。

他方、製品Cのみを同様に最大数量まで製造販売した場合の差額利益は491,200千円となる。

よって製品Cのみを製造販売することで、営業利益を90,700千円増加させることができる。

設問 3

機械作業時間1時間あたり貢献利益は製品Bが290千円、製品Cが310千円である。製品Cを最大数量9,600個製造した場合、製品Bは1,983個まで製造できるが、このままだと6分の遊休時間が発生する。そこで製品Cを1個減産して18分確保し、製品Bを1個追加生産することで、貢献利益を25千円増加させることができるため最適生産量は製品B 1,984個、製品C 9,599個である。

設問 4

①	②
内部失敗コスト	外部失敗コスト

設問 5

設計段階で設計レビューを行い、複数部門で仕様不備や製造上の課題を早期に発見して修正する。また、製造に配慮した設計を徹底し、部品の標準化・共通化を進めることで、製造工程を安定化させ、不具合の発生を未然に防ぐ。これらにより、工程内での不良や市場での欠陥発生を抑え、内部失敗コストおよび外部失敗コストを低減することができる。