

刊行にあたって

今回の特集は、2018年1月13日（土）に開催された早稲田大学商学大学院会計研究所の秋季セミナーにおける3報告に加筆・修正を加えたものである。本セミナーのテーマである原価企画は、1960年代に日本から発信された管理会計手法であり、今日では世界各国の加工組立型産業において適用されている。また、昨今では製造業以外での活用例も見られることから、産業の垣根を越えてその普及が進んでいる。

ただ、これと並行する様に、かつての革新性は薄らいできているようにも感じられる。とくに、原価企画の発信源とされる自動車業界では、昨今経営環境の変化が顕著であり、その影響が徐々に当該手法の有効性にも影を落としつつある。その一方で、原価企画をめぐる従来の議論は内外を問わずアカデミックな色彩が濃く、実務の立場からその特徴や課題を抽出した議論はほとんど見当たらない。その意味では、われわれは原価企画のほんの一部だけを切り取って考察と検討を繰り返してきたにすぎないということもできるかもしれない。

今回の特集は、こうした問題意識のもと、研究者のみならず、長年にわたって原価企画の第一線に従事してきた著者を加えて、当該管理会計手法の現状に迫るとともに、その変革の在り方を多面的に展望することを企図したものである。第一論文では、自動車業界を中心に、近年の経営環境の変化、とりわけIoTやサービタイゼーション（製造業のサービス化）が原価企画に及ぼす影響について考察している。つづいて第二論文では、原価企画の実質的な担い手となるエンジニアの視点から、当該プロセスの現況とそこに内在する課題を明ら

かにするとともに、その解決に向けた展望を示している。最後に第三論文では、サービス業における原価企画の進展状況を検討し、これを整理するとともに、当該業態ならびにすべての産業における原価企画の今後の課題について言及している。

ともあれ、上記の論文はいずれも、既往の議論が見落としてきた観点に深く切り込んだものであり、原価企画研究に新たな一石を投ずるものと確信する。本特集が、当該研究を再び活性化させる起爆剤となれば幸いである。

早稲田大学商学同攻会編集委員長

伊 藤 嘉 博