

日本における原価企画研究の蓄積状況

——書誌学的方法に基づく文献レビュー——

荻原啓佑

〈論文要旨〉

本研究の目的は、日本における原価企画研究の蓄積状況を明らかにすることである。この目的を達成するために、書誌学的方法に基づく文献レビューを行う。具体的には、2019年までに日本の主要会計雑誌7誌『会計』、『会計プロGRESS』、『管理会計学』、『企業会計』、『原価計算研究』、『産業経理』、『メルコ管理会計研究』に掲載された原価企画研究を対象に、研究方法、研究サイト、理論ベース、原価企画の不可欠なエレメントの4つの観点から分析を行う。分析結果を踏まえ、日本における原価企画研究の蓄積状況に関する考察と今後の研究の方向性の提言をそれぞれの観点から行う。

1. 序論

原価企画研究は、日本の管理会計分野を中心に発展を続けている。日本の管理会計分野では、1980年代後半以降、原価企画研究が盛んに行われるようになったとされている（ト 2009; 日本会計研究学会 1996; 清水（信）2002）。そのため、日本における原価企画研究は、2019年時点で約30年以上の歴史を持つ。

このように長い歴史を持つ研究分野に貢献するためには、これまでどのような研究が行われているかを把握しなければならない。そのために必要なのは、文献レビューである。日本における原価企画研究を対象にした文献レビュー

は、いくつも行われている。多くの研究は、様々な観点から先行研究の知見の整理・統合を試みている（例えば、ト 2009; 木下 2015; 田坂 2008）。一方、研究の蓄積状況を明らかにしている文献レビューは、ほとんどない。例外的な研究として、Ansari et al. (2007) がある。ただし、レビューの対象期間は短く、レビュー対象となる文献の範囲も曖昧である。そのため、日本における原価企画研究の蓄積状況に関する知見は、不足した状態にあると推測される。

そこで本研究は、書誌学的方法、すなわち膨大な研究蓄積の中から客観的な基準を通じて文献を選択する方法（横田ほか 2020）に基づく文献レビューによって、日本における原価企画研究の蓄積状況を明らかにする。具体的には、2019年までに日本の主要会計雑誌7誌に掲載された原価企画研究を分析の対象とし、研究方法、研究サイト、理論ベース、原価企画の不可欠なエレメントの4つの観点から分析を行う。前者3つの観点は、書誌学的方法に基づく文献レビューを行った先行研究を参照し設定したものであり、原価企画の不可欠なエレメントは、原価企画の先行研究を参照し設定したものである。本研究は、分析の結果を4つの観点ごとの単純集計によって示す。その結果を踏まえ、日本における原価企画研究の蓄積状況に関する考察と今後の研究の方向性の提言をそれぞれの観点から行う。

本研究の構成は、以下のとおりである。2節では、先行研究のレビューを行い、蓄積状況を明らかにするための分析枠組みを設定する。3節では、研究方法を説明する。4節では、書誌学的方法に基づく文献レビューの結果を説明する。5節では、分析結果を踏まえた考察と今後の研究の方向性の提言を行い、その後、本研究の貢献と限界を述べる。

2. 先行研究のレビューと分析枠組みの設定

2.1 日本における原価企画研究を対象とした文献レビュー

表1に示すように日本における原価企画研究を対象にした文献レビューは、

いくつも行われている。多くの研究は、様々な観点から先行研究の知見の整理・統合を試みている。例えば、田坂（2008）は、原価企画研究の研究アプローチは、管理工学的アプローチ、原価低減アプローチ、戦略的コストマネジメント・アプローチの3つに整理できることを代表的な研究のレビューによって示している。ト（2009）は、年代ごとに代表的な研究をレビューした上で、田坂（2008）とは異なる研究アプローチを提案している。具体的には、伝統的な原価管理アプローチ、戦略的コスト・マネジメント・アプローチ、社会的・制度的アプローチの3つである。木下（2015）は、原価企画の計算構造に関する議論と管理機能に関する議論を、加工組立型産業に依拠するものとそれ以外の産業に依拠するものに分けてレビューしている。

表1 日本における原価企画研究を対象とした文献レビュー

著者（年）	観点
Ansari et al. (2007)	知識進展フレームワーク 意図された読者 研究の性質 研究方法
田坂（2008）	研究アプローチ
ト（2009）	年代 研究アプローチ
木下（2015）	議論の対象 産業

（出所）筆者作成

一方、研究の蓄積状況を明らかにすることを試みた文献レビューは、ほとんどない。例外的な研究として、Ansari et al. (2007) があげられる。Ansari et al. (2007) は、1995年から2005年半ばまでに発表された日本語文献と英語文献を知識進展フレームワーク (knowledge progression framework)、意図された読者 (intended audience)、研究の性質 (nature of study)、研究方法

(research method) の4つの観点から分析している。そして、日本語文献と英語文献における研究の蓄積状況を比較している。日本語文献における蓄積状況に関して、次のような結果が得られている。知識進展フレームワークに関しては、「記述とアドボカシー (description and advocacy)」(9%), 「技術的改良 (technical refinement)」(42%), 「実践を組織的文脈の中で位置付けること (situating the practice in its organizational context)」(13%), 「確立されたプロセス、ツールとの連携 (linkage with established processes and tools)」(23%), 「普及と制度化 (diffusion and institutionalization)」(12%) になっている⁽¹⁾。意図された読者に関しては、「実務家」(2000年以前は11本, 以降は7本), 「研究者」(2000年以前は39本, 以降は48本) になっている。研究の性質に関しては、「記述」(2000年以前は36本, 以降は41本), 「規範」(2000年以前は14本, 以降は10本), 「仮説検証」(2000年以前は0本, 以降は4本) になっている。研究方法 (research method) に関しては、「二次情報の記述」(5%), 「理論的/概念的」(53%), 「単一のケーススタディ」(24%), 「複数ケーススタディ」(6%), 「サーベイ」(7%), 「実験室実験」(0%), 「分析的モデリング」(4%), 「アーカイバル」(1%), 「シミュレーション」(0%), 「エスノグラフィックなフィールドスタディ」(0%) になっている。ただし, Ansari et al. (2007) のレビュー対象期間は10年と短く, 1980年代後半から1994年までの研究は分析の対象に含まれていない。また, レビュー対象となる文献の選択基準は, 年代以外に示されておらず, 曖昧な状態にある。例えば, 会計学術誌に発表された文献だけにレビュー対象を限定しているのか, 各大学の紀要や書籍等も含めているのかは明確にされていない。このような理由から, 日本における原価企画研究の蓄積状況に関する知見は不足した状態にあると推測される。

(1) 「記述とアドボカシー」とは, 実践としての原価企画についての説明, 原価企画が大きなベネフィットをもたらす環境, 原価企画の利用から得られるベネフィットの提唱などを主に行っている段階を指す。「実践を組織的文脈の中で位置付けること」とは, 原価企画が行動や文化に与える影響の検討を主に行っている段階を指す。(Ansari et al. 2007)。

そこで本研究は、書誌学的方法を用いた文献レビューによって、日本における原価企画研究の蓄積状況を把握する。書誌学的方法は、膨大な研究蓄積の中から客観的な基準を通じて文献を選択する方法であり、研究の蓄積状況を把握する際に有効だとされている（横田ほか 2020）。次項では、管理会計分野における書誌学的方法を用いた文献レビューを行っている先行研究をレビューする。

2.2 管理会計分野における書誌学的方法を用いた文献レビュー

研究の蓄積状況に関する知見は、今後の研究の方向性を検討する際の手がかりとなるだけでなく、同じ管理会計分野の他のテーマにおける研究の蓄積状況と比較する際にも有用である。そのため、管理会計分野では、研究の蓄積状況を把握するために書誌学的方法を用いた文献レビューがいくつも行われている⁽²⁾。ここでは、書誌学的方法を用いた先行研究における文献レビューの対象、調査対象期間、分析の観点の傾向を説明する。

表2に示すように、文献レビューの対象は、会計雑誌に掲載された研究のみに限定することが一般的である。例えば、Shields (1997) は、*Accounting, Organizations and Society*, *The Accounting Review*, *Contemporary Accounting Research*, *Journal of Accounting and Economics*, *Journal of Accounting Research*, *Journal of Management Accounting Research* に掲載された研究、吉田ほか (2009) は、『会計』、『会計プロGRESS』、『管理会計学』、『原価計算研究』に掲載された研究、横田ほか (2016) は、『会計』、『会計プロGRESS』、『管理会計学』、『企業会計』、『原価計算研究』、『産業経理』、『メルコ管理会計研究』に掲載された研究に限定している。また、当初、書誌学的方法を用いた文献レビューは、管理会計分野全体における研究の蓄積状況を把握するために

(2) 書誌学的方法に基づく文献レビューによって、会計学研究の蓄積状況を把握した研究もある。例えば、清水 (孝) (2020) は、2008年から2019年までの間に日本の査読付研究雑誌4誌（『原価計算研究』、『管理会計学』、『会計プロGRESS』、『メルコ管理会計研究』）に掲載された会計学研究における研究方法の蓄積状況を明らかにしている。

表2 管理会計分野における書誌学的方法を用いた文献レビュー

著者（年）	文献レビューの対象	調査対象期間	観点
Shields (1997)	欧米の会計学術誌6誌に掲載された管理会計研究	1990年- 1996年	トピックス 研究方法 研究サイト 理論ベース
Hesford et al. (2007)	欧米の会計学術誌10誌に掲載された管理会計研究	1981年- 2000年	トピックス 研究方法 理論ベース ジャーナルの特徴 論文の特徴 オーサリングの特徴 引用パターン ネットワーク
吉田ほか (2009)	日本の主要会計学術誌4誌に掲載された管理会計研究	1980年- 2007年	トピックス 研究方法 理論ベース 研究サイト
河合・乙政 (2012)	日本の主要会計雑誌7誌、欧米の主要会計学術誌10誌、欧米の主要会計実務雑誌3誌に掲載されたバランス・スコアカード(BSC)研究	1992年- 2010年	論文数のトレンド 研究内容 理論ベース 研究方法 研究サイト
横田ほか (2016)	日本の主要会計雑誌7誌に掲載されたマネジメント・コントロール(MC)研究	2011年- 2013年	技法 引用状況 組織階層 コントロールの対象 コントロールの方法
横田ほか (2018)	日本の主要会計雑誌7誌に掲載されたMC研究	2011年- 2015年	日本企業の実務への言及の有無 地域 研究サイト 組織の範囲 技法 研究方法 理論ベース
横田ほか (2020)	日本の主要会計雑誌7誌に掲載されたMC研究	1965年- 2015年	研究方法 引用文献数 引用文献に占める洋文献の比率 引用文献に占める学術論文の比率 引用文献発行後経過年数 引用頻度の高い文献

(出所) 筆者作成

用いられていたが（例えば、Hesford et al. 2007; Shields 1997; 吉田ほか 2009）、近年では、管理会計分野における特定のトピックに関する研究の蓄積状況を把握するために用いられている（例えば、河合・乙政 2012; 横田ほか 2016; 2018; 2020）。調査対象期間は、複数年設定することが一般的である。最も短いものは、横田ほか（2016）の3年間であり、最も長いものは、横田ほか（2020）の51年間である。蓄積状況を把握するために数多く用いられている観点は、研究方法、研究サイト、理論ベースである。トピックスに関しては、管理会計研究全体を文献レビューの対象とする研究で多く用いられている。引用に関しては、Hesford et al. (2007) 以降ほとんど注目されていなかったが、近年の研究では、再び行われ始めている（例えば、横田ほか 2016; 2020）。

2.3 分析枠組み

本研究は、日本における原価企画研究の蓄積状況を把握するために、研究方法（どの方法で研究しているのか）、研究サイト（どの業種を調査対象にしているのか）、理論ベース（どの理論に依拠しているのか）、原価企画の不可欠なエレメント（原価企画の不可欠なエレメントのうち、どれに言及しているのか）の4つの観点を分析枠組みとして設定する。

前者3つの観点は、書誌学的方法を用いる文献レビュー（Hesford et al. 2007; Shields 1997; 河合・乙政 2012; 横田ほか 2018; 2020; 吉田ほか 2009）で共通して設定されており、蓄積状況を明らかにするために必要不可欠な項目だと推測されたからである。

本研究は、これら3つの観点に加え、原価企画の不可欠なエレメントという観点も設定する。前節で述べたように管理会計分野における原価企画研究は、30年以上の長い歴史を持つ。そのため、様々なツールや体制に関する議論が展開されていると推測される。また、すべての研究が単一のツールや体制に焦点を当てているとは限らない。複数のツールや体制を検討している研究もある

だろう。このような背景から、原価企画研究の蓄積状況を明らかにするためには、原価企画において特に重要視されているツールや体制に注目した分析も必要だと考えられる。そこで本研究は、原価企画の不可欠なエレメントという観点を付け加える。原価企画の不可欠なエレメントは、谷（1996）によって提唱されたものである。谷（1996）は、原価企画の本質を「原価企画にはどのようなエレメントが含まれるのか」という観点から考察し、原価企画の不可欠なエレメントとなるツールや体制を7つ提示している。具体的には、(1)「目標原価の設定」、(2)「細分割付」、(3)「マイルストーン管理」、(4)「ラグビー方式による製品開発」、(5)「バリュー・エンジニアリング (VE)」、(6)「コスト・テーブル」、(7)「サプライヤー関係」である。そして、谷（1997）では、「目標原価の設定」と「細分割付」、「マイルストーン管理」は原価企画の管理会計的側面、「ラグビー方式による製品開発」と「サプライヤー関係」は原価企画の組織的側面、「VE」、「コスト・テーブル」は原価企画のVE的側面に該当すると指摘されている。谷（1996; 1997）で示された7つのエレメントに新たなエレメントの追加を試みる研究も一部行われている。例えば、吉田（2012）は、谷（1996）の7つのエレメントに「情報システム」、「クロスファンクショナルな活動」、「人材の多機能化」、「情報の共有化」、「トップ・マネジメントの強力なリーダーシップ」の5つを追加し、管理会計的側面、原価企画サポートシステム、組織的側面とサプライヤー関係の3側面に再構成している。ただし、その後の研究では、追加されたエレメントの削除や谷（1996; 1997）の7つのエレメントに依拠するものが多い。例えば、河合（2015）は、「情報システム」、「クロスファンクショナルな活動」を削除した10のエレメントを用いており、河合・梶原（2016）は、「目標原価の管理」、「マイルストーン管理」、「VE」、「コスト・テーブル」、「ラグビー型の開発」、「サプライヤー連携」と谷（1996; 1997）のエレメントとほぼ同じものを用いている。また、岡田・堀（2014）、岡田・生方（2017）は、谷（1997）のエレメントに全面的に依拠している。このような理由から、

原価企画研究で特に重要視されているツールや体制は、谷（1996）の提示した7つのエレメントに含まれていると考えられる。

4つの観点の細目は、次のとおりである。研究方法は、前項でレビューした先行研究（河合・乙政 2012; 横田ほか 2018; 2020）を参考にし、「ケース/フィールド（主に調査対象においてインタビュー調査を行った研究）」、「サーベイ：実証研究（主に質問票を用いて構成概念間の関係を検討した研究）」、「サーベイ：実態調査（主に質問票を用いて実態を調査した研究）」、「アーカイバル（主に調査対象に関する定量的データを用いた研究）」、「実験（主に実験計画を設計して対象/被験者を検討した研究）」、「論説（上記の研究手法以外で考察を中心とした研究）」、「複数の方法（上記の研究方法を組み合わせた研究）」に分類した⁽³⁾。

研究サイトは、前項でレビューした先行研究（河合・乙政 2012; 横田ほか 2018; 吉田ほか 2009）に加え、「日本標準産業分類」（総務省 2013）を参考にし、「製造業（加工・組立産業、プロセス産業など）」、「非製造業（通信業、建築業、流通業、宿泊業、飲食サービス業、銀行など）」、「営利組織全体（製造業および非製造業の双方を対象）」、「非営利組織（病院、政府、自治体など）」、「全種類の組織（営利組織と非営利組織の双方を対象）」、「研究サイトなし（上記の研究サイトとの直接的接点（例えば、インタビュー、質問票調査）を持たないもの）」、「不明（企業情報の明記なし）」に分類した。

理論ベースは、前項でレビューした先行研究（河合・乙政 2012; 横田ほか 2018）に加え、欧米の管理会計研究で用いられている理論を整理した先行研究（Birnbrerg et al. 2007; Covalesski et al. 2003）を参考にし、「経済学（エージェンシー理論など）」、「社会学（コンテインジェンシー理論、制度論など）」、「心理学（動機づけ理論、社会心理学理論、認知心理学理論など）」、「複合（経済学、

(3) 実務家による自社の事例紹介は、「ケース/フィールド」の研究手法として捉える。

社会学, 心理学のうち2つ以上を併用しているもの)], 「経済・社会・心理以外」に分類した⁽⁴⁾。

原価企画の不可欠なエレメントは, 原価企画のエレメントを検討した先行研究(谷 1996)を参考に「目標原価の設定方式(目標原価の設定方法, 控除方式, 加算方式, 積上方式, 折衷方式などの計算式も同義と見なす)」、「目標原価の細分割付(機能別, 部品別, 個人別分解あるいは展開も同義と見なす)」、「マイルストーン管理(節目管理, コスト・レビュー, デザイン・レビューも同義と見なす)」、「ラグビー方式の開発(コンカレント・エンジニアリング, サイマルテニアス・エンジニアリング, オーバーラップした開発も同義と見なす)」、「VE」、「コスト・テーブル」、「サプライヤー関係(サプライヤーとの連携, デザイン・イン, ゲスト・エンジニア制度も同義と見なす)」に分類した。

3. 研究方法

まず初めに, CiNii Articles を用いて 2019 年までに日本の主要会計雑誌 7 誌(『会計』, 『会計プロGRESS』, 『管理会計学』, 『企業会計』, 『原価計算研究』, 『産業経理』, 『メルコ管理会計研究』)に掲載された, タイトルあるいはサブタイトルに「原価企画」という用語を含む研究をすべて抽出した⁽⁵⁾。CiNii を用いた各雑誌の検索期間は, 以下のとおりである。具体的には, 『会計』(1949 年-2019 年), 『会計プロGRESS』(2000 年-2019 年), 『管理会計学』(1992 年-2019 年), 『企業会計』(1949 年-2019 年), 『原価計算研究』(1992 年-2018 年), 『産業経理』(1948 年-2019 年), 『メルコ管理会計研究』(2008 年-2019 年)である。検索の結果, 188 本の研究が抽出された。原価計算研究は 2018 年までに掲載されたものが CiNii の検索対象になっていたため, 2019 年に掲載された研究を

(4) ここで取り上げている理論以外にも, 各論文の執筆者が経済学理論, 社会学理論, 心理学理論として捉えているものは, それぞれカウントしている。

(5) 対象とする雑誌は, 書誌学的方法を用いた近年の研究(河合・乙政 2012, 横田ほか 2016; 2018; 2020)と同様のものを選択した。

紙媒体の目次を確認することで補った。その結果、2本の研究（秋山 2019; 小沢 2019）が抽出された。

続いて、これら 190 本の研究のタイトルを確認した。190 本の中には、重複している研究、本の書評や論文の紹介、講演記録、「原価企画」という文言がタイトルに含まれていない研究が計 19 本含まれていた。これらは分析の対象として適していないため、除外した。さらに、CiNii による検索漏れを防ぐため、抽出された 171 本の研究の参考文献を確認した。その結果、上の基準に含まれるが、CiNii の検索では抽出されなかった研究を 3 本（梶原 2015; 田中 2001a; 谷 1996）発見した。

ただし、これら 174 本の中には、同名タイトルにて分割掲載されている研究がいくつかみられた（例えば、神戸大学管理会計研究会 1992a; 1992b; 1992c; 田中ほか 2010a; 2010b; 2010c; 2010d）。そこで、これらの研究をまとめて 1 本とカウントすることにした。以上の手続きを経て、本研究の分析対象は、最終的に 145 本となった。145 本の原価企画研究を雑誌別に整理したものが、表 3 である。

表 3 日本における原価企画研究の掲載雑誌

雑誌名	研究数
会計	31
会計プロGRESS	0
管理会計学	9
企業会計	41
原価計算研究	35
産業経理	23
メルコ管理会計研究	6
全体	145

(出所) 筆者作成

分析の手続きは以下の通りである。まず、上記の方法で抽出された145本に目を通した。そして、研究方法、研究サイト、理論ベース、原価企画の不可欠なエレメントの観点から分析を行い、コードを割り振っていった。各観点のうち、該当する細目に対しては「1」を当て、そうでなければ「0」を当てた。すべての情報の記録が終わった段階で、研究数を計算した。なお、原価企画の不可欠なエレメントに関しては、1本の研究の中で複数のエレメントに対する言及がある場合は、それぞれをカウントしている。そのため、原価企画の不可欠なエレメントの全体の研究数は、145本にはならない。他の観点の研究数の合計に関しては、すべて研究数と一致している。

4. 結果

ここでは、日本における原価企画研究の研究方法、研究サイト、理論ベース、原価企画の不可欠なエレメントの蓄積状況を単純集計の結果に基づき説明する。なお、個別の研究の分類結果に関しては、付録に記載している。

4.1 研究方法の蓄積状況

日本における原価企画研究の研究方法の蓄積状況を示したものが表4である。最も研究数が多いのは、「論説」である。レビュー対象となっている研究のうち約52%（145本中76本）が「論説」である。「論説」の次に研究数が多いのは、「ケース/フィールド」である。インタビューを主に用いる「ケース/フィールド」の研究数は、質問票を主に用いる「サーベイ：実証研究」および「サーベイ：実態調査」の研究数の合計よりも若干多い。「ケース/フィールド」の次に研究数が多いのは、「サーベイ：実証研究」であり、「サーベイ：実証研究」の次に研究数が多いのは、「サーベイ：実態調査」である。「サーベイ：実証研究」の研究数は、「サーベイ：実態調査」の研究数の約2倍ある。「サーベイ：実態調査」の次に研究数が多いのは、「アーカイバル」であり、「アーカイ

バル」の次に研究数が多いのは、「複数の方法」である。ただし、「アーカイバル」と「複数の方法」の研究数は、ごくわずかであり、差はほとんどない。最後は、「実験」であるが、これを研究方法として用いた研究は1本も存在しない。

表4 研究方法の蓄積状況

研究方法	研究数
ケース/フィールド	35
サーベイ：実証研究	20
サーベイ：実態調査	11
アーカイバル	2
実験	0
論説	76
複数の方法	1
全体	145

(出所) 筆者作成

4.2 研究サイトの蓄積状況

日本における原価企画研究の研究サイトの蓄積状況を示したものが表5である。最も研究数が多いのは、「研究サイトなし」である。レビュー対象となっている研究のうち約48%（145本中70本）が「研究サイトなし」である。「研究サイトなし」の次に研究数が多いのは、「製造業」である。「製造業」は、何らかの研究サイトを持つ研究のうち約72%（75本中54本）を占めている。「製造業」の次に研究数が多いのは、「非製造業」である。ただし、「製造業」と「非製造業」の研究数の差は大きい。「非製造業」の次に研究数が多いのは、「非営利組織」である。「非営利組織」の研究数は、「非製造業」の半分である。「非営利組織」の次に研究数が多いのは、「営利組織全体」である。「営利組織全体」は、「製造業」と「非製造業」の両方を研究サイトに行っている研究である。「非

「営利組織」の研究数と「営利組織全体」の研究数の間に、差はほとんどない。「営利組織全体」の次に研究数が多いのは、「不明」である。これは、研究サイトはあるものの、業種に関する情報が記載されていないものを指している。最後に、「全種類の組織」であるが、これを研究サイトとして用いた研究は1本も存在しない。

表5 研究サイトの蓄積状況

研究サイト	研究数
製造業	54
非製造業	10
営利組織全体	4
非営利組織	5
全種類の組織	0
研究サイトなし	70
不明	2
全体	145

(出所) 筆者作成

4.3 理論ベースの蓄積状況

日本における原価企画研究の理論ベースの蓄積状況を示したものが表6である。最も研究数が多いのは、「経済・社会・心理以外」である。レビュー対象となっている研究のうち約92%（145本中133本）が「経済・社会・心理以外」を理論ベースにしている。3つの理論の中では、「社会学」を理論ベースにする研究が最も多い。「経済学」を理論ベースにする研究は、「社会学」を理論ベースにする研究の約半分である。一方、「心理学」をベースにする研究や「複合」すなわち複数の理論ベースを持つ研究は、ほとんど行われていない。

表6 理論ベースの蓄積状況

理論ベース	研究数
経済学	3
社会学	7
心理学	1
複合	1
経済・社会・心理以外	133
全体	145

(出所) 筆者作成

4.4 原価企画の不可欠なエレメントの蓄積状況

日本における原価企画研究の原価企画の不可欠なエレメントの蓄積状況を示したものが表7である。前節で述べたように原価企画の不可欠なエレメントは複数カウントしているため、全体の研究数は、レビュー対象となっている研究数と一致しない。ただし、各細目ごとの研究数は、原価企画の不可欠なエレメントに言及している研究数（以下：言及数）と一致している。ゆえに、重複がある点を除けば、研究方法、研究サイト、理論ベースと同様の説明することができる。

もっとも言及数が多いのは、「VE」である。レビュー対象となっている研究のうち約81%（145本中、118本）が「VE」に言及している。3桁以上の言及数があったのは「VE」のみである。「VE」の次に言及数が多いのは、「目標原価の設定方式」である。ただし、「目標原価の設定方式」の言及数と「VE」の言及数の差は、大きい。「目標原価の設定方式」の次に言及数が多いのは、「コスト・テーブル」、「コスト・テーブル」の次に言及数が多いのは、「目標原価の細分割付」である。ただし、これら3つの言及数の差は、ほとんどない。「目標原価の細分割付」の次に言及数が多いのは、「ラグビー方式の開発」、「ラグビー方式の開発」の次に言及数が多いのは、「サプライヤー関係」、「サプライ

「サブライヤー関係」の次に言及数が多いのは、「マイルストーン管理」である。これら3つの言及数の差は、それほど大きいものではなく、レビュー対象となっている145本のうち30%以上40%未満の範囲の言及数に収まっている。

表7 原価企画の不可欠なエレメントの蓄積状況

原価企画の不可欠なエレメント	言及数
目標原価の設定方式	71
目標原価の細分割付	65
マイルストーン管理	47
ラグビー方式の開発	55
VE	118
コスト・テーブル	68
サブライヤー関係	51
全体	475

(出所) 筆者作成

5. 考察と結論

本研究は、日本における原価企画研究の蓄積状況を明らかにするために、書誌学的方法に基づく文献レビューを行った。具体的には、2019年までに日本の主要会計雑誌7誌に掲載された原価企画研究を分析の対象とし、研究方法、研究サイト、理論ベース、原価企画の不可欠なエレメントの観点から単純集計を行った。この結果を踏まえ、日本における原価企画研究の蓄積状況に関する考察と今後の研究の方向性の提言をそれぞれの観点から行う。

研究方法に関しては、「論説」が最も多く、約52%を占めていた。その他は「ケース/フィールド」、「サーベイ：実証研究」、「サーベイ：実態調査」で主に構成されていた。そして、「ケース/フィールド」の研究数は、「サーベイ：実証研究」と「サーベイ：実態調査」の研究数の合計よりも若干多くなっていた。

また、サーベイを用いる研究の内訳を見ると、「サーベイ：実証研究」の研究数は、「サーベイ：実態調査」の研究数の約2倍であった。これらの結果には、Ansari et al. (2007) のレビューと類似する点もあれば、異なる点もある。類似する点は、考察を中心とした研究方法が支配的であること、実験やアーカイバルといった研究方法を用いる研究がほとんどないことである。異なる点は、Ansari et al. (2007) に比べ、本研究の方がサーベイを用いる研究の割合が大きくなっていることである。Ansari et al. (2007) では、サーベイを用いる研究は全体のわずか7%であったのに対し、本研究では、全体の約21%であった。レビュー対象となる文献の違いが影響していることも考えられるが、原価企画研究がサーベイという研究方法を積極的に用いるようになってきている可能性は高い。ただし、これまでのサーベイのやり方では、原価企画研究をさらに発展させることは難しい。なぜなら、ほとんどの研究は、一回のサーベイでデータを収集しているからである。このようなデータ収集は、因果関係の主張を困難にするため、実証研究を目的とする場合にはあまり望ましくない (Van der Stede 2014)。アーカイバルや実験といった研究方法の利用がほとんど進んでいない原価企画研究には、因果関係に関する知見が不足している可能性が高い。そのため、今後の原価企画研究では、複数回のサーベイによってデータを収集し、それを分析していくことが期待される。これによって、因果関係に関する知見を提供することができれば、原価企画研究はさらなる発展を遂げるだろう。

研究サイトに関しては、「研究サイトなし」が最も多く、全体の約48%を占めていた。研究サイトを持つ研究の中では、「製造業」が最も多く、何らかの研究サイトを持つ研究全体(75本)の約72%を占めていた。それ以外は、「非製造業」、「非営利組織」、「営利組織全体」で構成されていた。「非営利組織」と「営利組織全体」を研究サイトにする研究はごくわずかであった。これらの結果が示唆するのは、多くの研究が製造業の原価企画に今も注目しているこ

と、製造業以外の原価企画に注目する研究も現れ始めていることである。ただし、「研究サイトなし」の研究が依然として多いことも事実である。時の経過とともに、原価企画は様々な業種の様々な組織に普及している。それらの組織が行う原価企画には、通説とは異なっている点があるかもしれない。それを発見できれば、新たな研究課題が生まれるため、原価企画研究はさらなる発展を遂げるだろう。ゆえに、今後の研究では、これまで調査が行われていない組織との接点をより一層増やしていくことが期待される。

理論ベースに関しては、ほとんどの研究が「経済・社会・心理以外」となっている。「経済学」、「社会学」、「心理学」の理論をベースにする研究は、ごくわずかである。この結果が示唆するのは、日本における原価企画研究は、経済学、社会学、心理学の知見を十分に生かせていないことである。なお、この結果は、日本における管理会計研究全般、BSC研究やMC研究を調査対象とした先行研究（河合・乙政 2012; 横田ほか 2018; 吉田ほか 2009）の分析結果と類似している。吉田ほか（2009）が指摘するように、理論ベースの明示的利用は、社会科学としての管理会計研究の知の継承には不可欠である。また、理論ベースを明示することによって、隣接領域での研究蓄積に位置づけやすくなり、より多くの研究者と議論できるようになる（横田ほか 2018）。したがって、原価企画研究のさらなる発展のためには、経済学、社会学、心理学の理論を適用していくことが期待される。

原価企画の不可欠なエレメントに関しては、次の順で言及数が多かった。(1)「VE」、(2)「目標原価の設定方式」、(3)「コスト・テーブル」、(4)「目標原価の細分割付」、(5)「ラグビー方式の開発」、(6)「サプライヤー関係」、(7)「マイルストーン管理」である。「VE」に言及する研究の数は非常に多く、約81%の研究が言及していた。一方、2番目に言及数の多い「目標原価の設定方式」は、約49%と半分以下であった。それ以外のエレメント同士の言及数の差は、それほど大きなものではなかったが、言及数の最も少ない「マイルストーン管理」

は約 32%であった。これらの結果が示唆するのは、7つのエレメント全てを取り上げる研究はそれほど多くないことである。その結果として、エレメントごとの言及数には差が生じている。言及数の多いエレメントの方が言及数の少ないエレメントより重要だということには、必ずしもならない。ただし、言及数の少ないエレメントに関しては、それらが原価企画において不可欠だとされる証拠が十分に蓄積されていない可能性がある。ゆえに今後の研究では、「VE」以外のエレメントに関する知見の整理と、それを踏まえたさらなる研究の蓄積が期待される。

本研究の貢献は、2つある。第1に、日本における原価企画研究のさらなる発展に必要な知見を提供したことである。先行研究では、日本における原価企画研究の蓄積状況が十分には明らかにされていなかった。本研究は、2019年までに日本の主要会計雑誌に掲載された原価企画研究の蓄積状況を明確に示している。加えて、その結果を踏まえた考察を行い、日本における原価企画研究をさらに発展させるための方向性も提言している。第2に、書誌学的方法を用いた文献レビューの有効性を示したことである。近年の研究（河合・乙政 2012; 横田ほか 2016; 2018; 2020）は、書誌学的方法を用いた文献レビューをBSC研究やMC研究で行うことによって、その有効性を示している。一方、本研究は、書誌学的方法を用いた文献レビューを原価企画研究で行うことによって、その有効性を示している。

ただし、本研究には次のような限界がある。第1に、原価企画という用語をタイトルあるいはサブタイトルに含む研究のみを抽出しているため、それ以外の研究を排除してしまっている点である。原価企画という用語がタイトルやサブタイトルになくとも、それを論じている研究が存在している可能性を否定できない。第2に、著者1人で各研究を分析しているため、恣意性を完全に排除出来ていない点である。ただし、先行研究に基づき、各細目の判断基準を明確に決めることによって、恣意性の排除に努めている。第3に、原価企画の不可

欠なエレメントへの言及の程度を考慮できていない点である。本研究では、原価企画の不可欠なエレメントに言及しているかどうかを検討している。ただし、言及の程度は研究ごとに異なっており、主な研究対象としてエレメントを取り上げている研究もあれば、脚注や図表等で1度だけエレメントに言及しているものも見られる。ゆえに、本研究の結果を手掛かりに、言及の程度を考慮した文献レビューも今後行っていく必要があるかもしれない。

謝辞

本研究はメルコ学術振興財団助成金（2017012号）、並びに早稲田大学特定課題研究助成費（課題番号2019C-680）の助成を受けた成果の一部である。

参考文献

- Ansari, S. L., J. E. Bell and H. Okano. 2007. Target costing: uncharted research territory. In Chapman, C. S. A. G. Hopwood and M. D. Shields (eds.), *Handbook of Management Accounting Research 2* (507-530). Oxford: Elsevier.
- Birnberg, J. G., J. Luft, and M. D. Shields. 2007. Psychology theory in management accounting research. In Chapman, C. S. A. G. Hopwood and M. D. Shields (eds.), *Handbook of Management Accounting Research 1* (113-135). Oxford: Elsevier.
- Covaleski, M. A., J. H. Evans III, J. L. Luft, and M. D. Shields. 2003. Budgeting research: Three theoretical perspectives and criteria for selective integration. *Journal of Management Accounting Research* 15(1): 3-49.
- Hesford, J. M., S.H. Lee, W. A. Van der Stede, and S. M. Young. 2007. Management accounting: A bibliographic study. In Chapman, C. S., A. G. Hopwood, and M. D. Shields (eds.), *Handbook of Management Accounting Research 1* (3-26). Oxford: Elsevier.
- Shields, M. D. 1997. Research in management accounting by North Americans in the 1990s. *Journal of Management Accounting Research* 9: 3-61.
- Van der Stede, W. A. 2014. A manipulationist view of causality in cross-sectional survey research. *Accounting, Organizations and Society* 39(7): 567-574.
- 秋山盛. 2019. 「銀行内業務の集約・共通化による原価改善—原価企画のアプローチを視野においた考察—」『原価計算研究』43(1): 68-80.
- 荒井耕. 2009a. 「済生会熊本病院における診療プロトコル開発活動の展開—医療サービス原価企画の先進事例」『産業経理』69(3): 82-95.
- 荒井耕. 2009b. 「日本医療界における診療プロトコルマネジメントの展開—医療サービス原価企画への進化」『会計』176(3): 398-413.
- 荒井耕. 2010a. 「DPC 環境下の診療プロトコル原価企画の実態—病院特性別の実施状況分析」『産業経理』70(3): 85-99.

- 荒井耕. 2010b. 「日本医療界における診療プロトコル開発活動を通じた医療サービス原価企画の登場：その特質と支援ツール・仕組みの現状」『原価計算研究』34(1): 56-65.
- 荒井耕・栗栖千幸. 2010. 「管理会計による診療プロトコル原価企画本格化の可能性——DPC 対象病院アンケート調査を基に」『企業会計』62(8): 1217-1226.
- 有賀将雄. 1996. 「キャノンの原価企画」『企業会計』48(11): 1487-1495.
- 伊藤和憲・スイシーモーセン. 2000. 「原価企画における集中と分散の新たなアプローチ」『企業会計』52(9): 1364-1369.
- 伊藤和憲・田坂公. 2002. 「原価企画活動におけるコスト・テーブルの意義」『産業経理』62(3): 40-48.
- 伊藤嘉博. 1992. 「変革を迫られる原価企画——製造物責任・地球環境保全論議の高まりのなかで」『産業経理』52(1): 73-82.
- 伊藤嘉博. 1996. 「製品属性にもとづくコスト展開——開発費とマーケティング・コストの原価企画」『会計』149(1): 67-80.
- 伊藤嘉博. 2006. 「環境配慮型原価企画の課題」『会計』170(4): 485-499.
- 井上信一. 1993. 「オーバーラップ型研究開発と原価企画の国際移転——グローバル化した日本企業への実態調査」『産業経理』52(4): 52-65.
- 岩淵吉秀. 1992. 「原価企画の機能 - 情報共有化と知識創造の観点から」『企業会計』44(8): 1049-1055.
- 岩淵吉秀. 1994. 「原価企画における場のマネジメント」『会計』146(3): 335-346.
- 岩淵吉秀. 1995. 「戦略的コスト・マネジメントとしての原価企画：ビジネス・プロセス・リエンジニアリングの観点から」『原価計算研究』19(1): 21-30.
- 大槻晴海. 2003a. 「原価企画におけるコストベンチマーキングの意義」『原価計算研究』27(1): 73-82.
- 大槻晴海. 2003b. 「原価企画における原価見積システム構築のための概念的フレームワーク」『会計』164(5): 668-681.
- 大槻晴海. 2004. 「原価企画における原価見積システムのアーキテクチャ——フィードフォワード・アプローチによる戦略的コントロール概念に基づいて」『産業経理』64(1): 86-95.
- 大槻晴海・崎章浩. 2016. 「組織間マネジメントにおける原価企画の機能」『産業経理』76(1): 24-46.
- 岡田幸彦. 2010. 「サービス原価企画への役割期待——わが国サービス分野のための研究教育に求められる新たな知の体系の構築に向けて」『会計』177(1): 63-78.
- 岡田幸彦・生方裕一. 2017. 「サービス原価企画の実態分析の追討：二〇一六年調査から」『会計』191(6): 703-714.
- 岡田幸彦・堀智博. 2014. 「サービス原価企画の実態分析」『会計』185(6): 802-814.
- 岡田幸彦・山矢和輝. 2019. 「サービス原価企画力の源泉と効果に関する実証分析」『会計』196(4): 417-431.
- 岡野浩. 1995a. 「管理会計の有用性向上アプローチ——原価企画との関連から」『企業会計』47(12): 1638-1644.
- 岡野浩. 1995b. 「原価企画の海外移転プロセス」『原価計算研究』19(1): 31-38.
- 岡野浩. 1995c. 「原価企画の類型化」『会計』147(4): 465-475.
- 岡野浩. 1997. 「製品開発のグローバル化と原価企画——概念フレームワークへの試案」『産業経理』57(1): 88-94.
- 岡野浩. 1998. 「欧米企業における原価企画実践の現状——CAM-I 原価企画プロジェクトを中心として」『企業会計』50(6): 894-900.
- 岡野浩. 2000. 「日本の管理会計のグローバリゼーション——原価企画の国際比較」『会計』157(3): 175-185.
- 岡野浩. 2004. 「日本の管理会計の変容——社会的・制度的アプローチからみた原価企画」『会計』166(5): 706-716.

- 岡野浩. 2012. 「原価企画の文化的含意：動詞化・述語的包摂による文化編集の視点から」『会計』182(4): 475-488.
- 小沢浩. 2019. 「原価見積の失敗の原因と原価企画の2段階モデル」『原価計算研究』43(1): 31-44.
- 尾畑裕. 2000. 「ドイツにおける原価企画の受容と展開」『会計』157(3): 186-198.
- 梶原武久. 2015. 「原価企画と原価作りこみエラー」『企業会計』67(1): 60-61.
- 加登豊. 1990a. 「原価企画とSIS」『企業会計』42(12): 1804-1809.
- 加登豊. 1990b. 「原価企画活動の新展開——ダイハツ工業(株)の事例」『会計』138(4): 482-498.
- 加登豊. 1994a. 「原価企画による製品開発リエンジニアリング」『企業会計』46(5): 624-630.
- 加登豊. 1994b. 「原価企画の逆機能とその克服」『原価計算研究』18(1): 16-26.
- 加登豊・橋元理恵・平岡幸一郎・博野英二. 1996. 「流通業における原価企画」『会計』149(1): 113-127.
- 加藤典生. 2007. 「原価企画におけるホールドアップ問題——サプライヤーの疲弊を防ぐメカニズムの採用可能性の検討」『産業経理』67(3): 136-145.
- 加藤典生. 2013. 「サプライヤーにおける原価企画導入問題：サプライヤーの疲弊軽減とコスト競争力向上を中心に」『産業経理』73(1): 93-101.
- 加藤典生. 2018. 「原価企画の逆機能問題に関する論点整理と今後の課題」『産業経理』78(1): 161-170.
- 加藤典生・小林英幸. 2019. 「行動的原価企画研究の必要性：トヨタ自動車の実務を踏まえて」『企業会計』71(11): 1557-1564.
- 加藤典生・望月信幸. 2010. 「原価企画に求められる役割期待の多様化——意思決定支援機能が及ぼす業績評価とサプライヤーの疲弊問題への影響」『企業会計』62(12): 1777-1784.
- 金澤雄一郎・門田安弘. 1995. 「原価企画における目標販売価格の決定方法」『管理会計学』3(2): 3-25.
- 河合隆治・乙政佐吉. 2012. 「わが国バランスト・スコアカードに関する文献分析：欧米主要会計学術雑誌・実務雑誌との比較を通じて」『会計プロGRESS』13: 112-124.
- 河合伸. 2015. 「原価企画と不確実性」『原価計算研究』39(2): 103-116.
- 河合伸・梶原武久. 2016. 「不確実性と原価企画実践の適関係一fsQCA (fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis) による試行的分析一」『原価計算研究』40(2): 44-57.
- 川嶋正人. 1996. 「日産自動車の原価企画」『企業会計』48(11): 1496-1503.
- 木下和久. 2005. 「原価企画における時間管理の重要性」『原価計算研究』29(2): 27-35.
- 木下和久. 2011. 「建築設計における原価企画活動：——希望社建築事例の分析——」『メルコ管理会計研究』4(2): 43-50.
- 木下和久. 2015. 「日本における原価企画研究」上總康行・澤邊紀生編著『次世代管理会計の礎石』(45-83) 中央経済社.
- 窪田祐一. 2001. 「原価企画における組織間インタラクティブ・コントロール・システム」『原価計算研究』25(2): 10-18.
- 神戸大学管理会計研究会. 1992a. 「原価企画の実態調査—1—原価企画の採用状況・目的・週及・組織を中心に」『企業会計』44(5): 662-667.
- 神戸大学管理会計研究会. 1992b. 「原価企画の実態調査—2—原価企画の対象・目標原価の設定を中心に」『企業会計』44(6): 794-799.
- 神戸大学管理会計研究会. 1992c. 「原価企画の実態調査—3—完一原価企画のツール・サプライヤーとの関係・海外移転を中心に」『企業会計』44(7): 948-953.
- 神戸大学管理会計研究会. 1993a. 「原価企画の実態調査 第2部 原価企画のコンティンジェンシー理論【1】」『企業会計』45(4): 507-513.
- 神戸大学管理会計研究会. 1993b. 「原価企画の実態調査 第2部 原価企画のコンティンジェンシー理論【2】」『企業会計』45(5): 689-695.

- 神戸大学管理会計研究会. 1993c. 「原価企画の実態調査 第2部 原価企画のコンティンジェンシー理論【3・完】」『企業会計』45(6): 797-804.
- 古賀健太郎. 2001. 「原価企画に関する未解決の研究課題」『会計』159(1): 13-29.
- 古賀健太郎・松尾貴巳. 1996. 「原価企画の類型と事業戦略」『企業会計』48(7): 982-989.
- 近藤大輔. 2017. 「レストランサービスの原価企画：一株式会社ぶどうの木のレストラン事業部の考察一」『メルコ管理会計研究』9(2): 35-44.
- 近藤隆史. 2000. 「原価企画活動におけるプロダクト・マネジャーの役割」『企業会計』52(7): 1029-1034.
- 近藤隆史・吉田栄介. 2005. 「制度論的パースペクティブに基づく原価企画の導入と変更の経時的ケース研究」『会計』167(3): 409-422.
- 坂口博. 2014. 「S社の予算管理制度と原価企画について」『産業経理』74(3): 199-207.
- 櫻井通晴. 1988. 「ハイテク環境下における原価企画（目標原価）の有効性」『企業会計』40(5): 625-631.
- 佐藤亀雄・武田憲勝. 1996. 「ゼクセルの原価企画」『企業会計』48(11): 1513-1521.
- 佐藤成紀. 1994. 「東芝の原価企画」『企業会計』46(7): 905-911.
- 佐藤成紀. 1999. 「ABCと原価企画の接点をめぐる一試論」『会計』155(1): 82-94.
- 佐藤嘉彦. 2000. 「原価企画プロセスにおける管理技術に関する考察」『原価計算研究』24(1): 11-18.
- 澤本和男. 1996. 「三菱電機中津川製作所の原価企画」『企業会計』48(11): 1504-1512.
- 澁谷弘利. 2016. 「個別受注生産型企業における原価企画」『メルコ管理会計研究』9(1): 3-14.
- 清水孝. 2020. 「サーベイ研究の意義と限界：予算管理の調査を用いて」『会計』197(2): 144-158.
- 清水信匡. 1992a. 「原価企画活動における目標原価情報と知識創造活動の関係」『産業経理』51(4): 132-140.
- 清水信匡. 1992b. 「集团的知識創造活動としての原価企画における目標原価情報の役割」『企業会計』44(10): 1387-1392.
- 清水信匡. 1995. 「「原価企画」における「原価の作り込み」の概念」『会計』147(4): 476-489.
- 清水信匡. 1996. 「利益管理活動としての原価企画の意味内容——「作り込み」の概念の検討を通して」『会計』149(2): 233-245.
- 清水信匡. 2001. 「原価企画における目標原価設定の論理」『会計』160(5): 686-698.
- 清水信匡. 2002. 「原価企画が管理会計になったとき」『会計』162(6): 798-811.
- 鈴木新. 2011. 「バリューエンジニアリングの正統性：——原価企画の社会学的分析に向けて——」『メルコ管理会計研究』4(1): 13-22.
- 総務省. 2013. 「日本標準産業分類第13回改定分類項目新旧対照表」: 1-6, https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/H25index.htm.
- 関洋平. 2016. 「原価企画の成立条件：サービス業での取り組みに基づく再検討」『原価計算研究』40(2): 112-124.
- 妹尾剛好・福島一矩. 2012. 「日本企業における原価企画の探索的研究：製造業と比較したサービス業の実態」『原価計算研究』36(1): 45-57.
- 田坂公. 2002. 「ABCの活用によるコスト・テーブルの構築：原価企画への提言」『原価計算研究』26(2): 52-61.
- 田坂公. 2003. 「原価企画へのコスト・ドライバー分析の活用：Shank & Govindarajanの見解を中心として」『原価計算研究』27(1): 61-72.
- 田坂公. 2004. 「Cooper and Slagmulder (2002)における原価企画研究の特徴：日本での理解との対比の視点から」『原価計算研究』28(1): 77-89.
- 田坂公. 2008. 「本研究の課題と構成」田坂公『欧米とわが国の原価企画研究』（1-23）専修大学出版局.

- 田坂公. 2010. 「原価企画の本質と適用可能性——(株)フジタのケースを中心として」『企業会計』62(11): 1664-1671.
- 田坂公・梅田充. 2017. 「原価企画諸活動の成果への影響：非製造業を含めたアンケート調査に基づいて」『産業経理』77(2): 166-177.
- 田坂公・小酒井正和. 2017. 「原価企画現地化の課題は何か：マレーシア進出企業への実態調査」『企業会計』69(5): 678-683.
- 田坂公・矢澤信雄. 2006. 「原価企画とライフサイクル・コストニングの結合：CSRの視点から」『原価計算研究』30(1): 44-53.
- 田中隆雄. 1990. 「自動車メーカーにおける新製品開発と目標原価——トヨタの原価企画」『企業会計』42(10): 1395-1404.
- 田中隆雄. 1994a. 「原価企画の基本モデル——トヨタの原価企画を参考に」『会計』145(6): 771-789.
- 田中隆雄. 1994b. 「市場競争戦略と原価企画」『企業会計』46(7): 888-897.
- 田中雅康. 1985. 「新製品開発と原価企画」『企業会計』37(2): 243-250.
- 田中雅康. 1992a. 「原価企画における原価改善技法」『原価計算研究』17(2): 1-19.
- 田中雅康. 1992b. 「原価企画における原価目標の設定と細分化」『管理会計学』1(1): 57-79.
- 田中雅康. 1993. 「原価企画のキーコンセプトとその発展」『原価計算研究』18(1): 1-15.
- 田中雅康. 1996. 「原価企画の現状と課題」『企業会計』48(11): 1478-1486.
- 田中雅康. 1998. 「原価維持から原価企画・原価改善の原価管理へ」『企業会計』50(2): 255-264.
- 田中雅康. 2001a. 「先進企業の原価企画——実態と動向（第1回）原価目標の設定と細分化」『企業会計』53(11): 1622-1631.
- 田中雅康. 2001b. 「先進企業の原価企画——実態と動向（第2回）製造原価の見積」『企業会計』53(12): 1785-1794.
- 田中雅康. 2002a. 「先進企業の原価企画——実態と動向（第3回）製造原価見積の正確性」『企業会計』54(1): 149-159.
- 田中雅康. 2002b. 「先進企業の原価企画——実態と動向（第4回・完）原価の相対的重要度と原価低減策」『企業会計』54(2): 273-280.
- 田中雅康. 2005. 「日本の主要企業における原価企画の課題」『企業会計』57(2): 148-156.
- 田中雅康・大槻晴海・井上善博. 2007a. 「日本の主要企業の原価企画（1）主要企業における原価に対する認識と原価企画への取組み」『企業会計』59(2): 281-290.
- 田中雅康・大槻晴海・井上善博. 2007b. 「日本の主要企業の原価企画（2）原価企画の管理対象と目標利益概念」『企業会計』59(3): 441-448.
- 田中雅康・大槻晴海・井上善博. 2007c. 「日本の主要企業の原価企画（3）標準的売価の設定と目標原理の設定」『企業会計』59(4): 535-543.
- 田中雅康・大槻晴海・井上善博. 2007d. 「日本の主要企業の原価企画（4）目標製造原価の細分化と達成度測定」『企業会計』59(5): 694-701.
- 田中雅康・大槻晴海・井上善博. 2007e. 「日本の主要企業の原価企画（5）目標製造原価の達成管理」『企業会計』59(6): 874-885.
- 田中雅康・大槻晴海・井上善博. 2007f. 「日本の主要企業の原価企画（6・最終回）製造原価見積の方法」『企業会計』59(7): 983-991.
- 田中雅康・小柴達美・藤田敏之. 1997a. 「日本の先進企業における原価企画の実態と動向の分析（第1回）原価目標に関する実態と動向について」『企業会計』49(7): 953-960.
- 田中雅康・小柴達美・藤田敏之. 1997b. 「日本の先進企業における原価企画の実態と動向の分析（第2回）製造原価目標の細分化等の実態と動向」『企業会計』49(8): 1096-1104.
- 田中雅康・小柴達美・藤田敏之. 1997c. 「日本の先進企業における原価企画の実態と動向の分析（第3

- 回) 原価見積の方法に関する実態と動向』『企業会計』49(9): 1304-1311.
- 田中雅康・小柴達美・藤田敏之. 1997d. 「日本の先進企業における原価企画の実態と動向の分析 (第4回完) 原価見積と原価目標未達時の方策に関する実態と動向」『企業会計』49(10): 1417-1424.
- 田中雅康・関谷和之. 1996. 「原価企画に関する日米比較——自動車・同関連企業の実態調査に基づいて」『産業経理』56(1): 23-33.
- 田中雅康・田中潔・大槻晴海. 2010a. 「日本の主要企業の原価企画 (第1回) 主要企業の原価企画への取組みと原価認識」『企業会計』62(2): 244-250.
- 田中雅康・田中潔・大槻晴海. 2010b. 「日本の主要企業の原価企画 (第2回) 目標利益と目標原価の設定」『企業会計』62(3): 440-448.
- 田中雅康・田中潔・大槻晴海. 2010c. 「日本の主要企業の原価企画 (第3回) 目標製造原価の細分化」『企業会計』62(4): 616-623.
- 田中雅康・田中潔・大槻晴海. 2010d. 「日本の主要企業の原価企画 (第4回) 目標製造原価の達成管理」『企業会計』62(5): 762-771.
- 田中雅康・田中潔・大槻晴海. 2010e. 「日本の主要企業の原価企画 (第5回) 目標製造原価達成の手段・方策と原価見積」『企業会計』62(6): 903-915.
- 田中雅康・田中潔・大槻晴海. 2010f. 「日本の主要企業の原価企画 (第6回・終) 原価見積とコストテーブル」『企業会計』62(7): 1059-1066.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014a. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (1) 実態調査を踏まえて原価企画のタイプと原価に対する認識」『企業会計』66(3): 426-431.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014b. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (2) 実態調査を踏まえて原価企画における標準的売価の設定」『企業会計』66(4): 610-615.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014c. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (3) 実態調査を踏まえて目標原価の対象と目標製造原価の設定法」『企業会計』66(5): 786-792.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014d. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (4) 実態調査を踏まえて目標製造原価の細分化法について」『企業会計』66(6): 924-930.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014e. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (5) 実態調査を踏まえて目標原価等を達成させる仕組みについて」『企業会計』66(7): 1104-1109.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014f. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (6) 実態調査を踏まえて節目管理の現状と課題」『企業会計』66(8): 1254-1259.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014g. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (7) 実態調査を踏まえて目標製造原価の未達原因と達成に有効な手法等」『企業会計』66(9): 1418-1423.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014h. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (8) 実態調査を踏まえて目標製造原価未達時の方策」『企業会計』66(10): 1576-1581.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014i. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (9) 実態調査を踏まえてコストテーブルの活用と原価見積者」『企業会計』66(11): 1714-1719.
- 田中雅康・田中潔・増田譲二. 2014j. 「主要企業における原価企画の現状と課題 (10・終) 実態調査を踏まえて原価見積とCADシステムの関連づけ」『企業会計』66(12): 1877-1882.
- 谷武幸. 1995. 「コンカレント・エンジニアリング——原価企画を超えて」『企業会計』47(6): 746-750.
- 谷武幸. 1996. 「日本の管理会計の課題—原価企画を中心に—」『会計』149(4): 521-534.
- 谷武幸. 1997. 「原価企画の要素」谷武幸編『製品開発のコスト・マネジメント—原価企画からコンカレント・エンジニアリングへ—』(3-34) 中央経済社.
- 谷武幸・清水信匡・岩淵吉秀・福田淳児. 1993. 「原価企画と会議体での相互作用」『会計』144(3): 380-392.
- 谷守正行・田坂公. 2013. 「銀行業への原価企画適用の事例研究: サービス業における原価企画の進展」

『産業経理』73(3):66-76.

- 趙婷婷. 2016. 「テキストマイニングによる原価企画の構成要素に関する検討」『原価計算研究』40(1): 133-143.
- 手島直明. 1992. 「原価企画に関する一提言——製品開発段階へのVE手法の適用」『企業会計』44(8): 1063-1070.
- 手島直明・岩淵吉秀. 1996. 「原価企画の効果的遂行ツール「機能テーブル」の活用研究」『会計』150(5): 673-685.
- 中川優. 2005. 「在外日系企業におけるコスト・マネジメント：在外日系企業における原価企画を中心に」『原価計算研究』29(2): 16-26.
- 中島洋行. 2005. 「ライフサイクル・コストを目標原価とする原価企画——克服されるべき課題の考察を中心として」『産業経理』64(4): 93-102.
- 長屋信義. 1999. 「海外進出企業の原価企画：アメリカにおける日系自動車企業の現状」『原価計算研究』23(1): 25-32.
- 成田博. 1994. 「キャノンの原価企画」『企業会計』46(7): 921-927.
- 日本会計研究学会. 1996. 『原価企画研究の課題』森山書店.
- 長谷川泰隆. 2001. 「原価企画の再検討：自動車産業におけるリコールコスト」『原価計算研究』25(2): 19-29.
- 畑井竜児・鈴木新・松尾貴巳・加登豊. 2013. 「原価改善と原価企画の実践における連携：製造業3社の事例から」『原価計算研究』37(1): 40-52.
- 平岡秀福. 1998. 「原価企画を支援する関連諸技法」『原価計算研究』22(2): 23-34.
- 卜志强. 2003. 「原価企画の海外移転に関する一考察：移転の困難性を中心に」『原価計算研究』27(1): 51-60.
- 卜志强. 2009. 「原価企画研究の回顧と展望」『経営研究』60(2): 21-35.
- 朴元熙. 2006. 「原価企画活動を支援するデータベースに関する研究」『管理会計学』15(1): 3-19.
- 朴元熙・伊藤和憲. 2000. 「原価企画活動を支援する管理工学ツールの有効性」『管理会計学』9(1): 25-42.
- 本間正人. 2013. 「トヨタ・パブリカの原価企画：トヨタの基盤と元軍用航空機技術者が与えた影響について」『産業経理』73(1): 126-138.
- 丸田起大. 1998. 「フィードフォワード管理会計としての原価企画——原価企画から何を学ぶか」『産業経理』57(4): 91-99.
- 丸田起大. 2003. 「原価企画と原価改善のフィードフォワード構造」『原価計算研究』27(1): 28-38.
- 丸田起大. 2009. 「トヨタ・パブリカ開発における原価企画」『原価計算研究』33(1): 28-40.
- 丸田起大. 2011. 「原価企画の形成と伝播：1950年代を中心に」『原価計算研究』35(1): 48-58.
- 宮地晃輔. 2013. 「A社造船所における原価企画の動向と問題点：韓国造船業の動向も含めて」『会計』184(4): 455-465.
- 宮地晃輔. 2015. 「地域造船企業の再興のための原価企画の活用に関する研究—A社造船所の事例を通じて—」『管理会計学』23(2): 17-32.
- 宮地晃輔・柘紫乃. 2015. 「地域造船企業における原価企画の導入等による採算性改善・競争優位に関する研究：国内A社造船所の実践と日本・中国・韓国造船業の動向の視点から」『メルコ管理会計研究』8(1): 65-76.
- 望月信幸・加藤典生. 2011. 「責任会計論から見た原価企画における業績評価——プロジェクト組織と活動基準責任会計の概念に着目して」『産業経理』71(2): 166-174.
- 持本志行. 2001. 「原価企画と品質展開の理論」『管理会計学』9(2): 15-28.
- 諸藤裕美. 1999. 「原価企画における情報共有の必要性」『産業経理』59(1): 104-113.

- 諸藤裕美. 2009. 「複数プロジェクトを対象とした原価企画システム」『会計』75(6): 826-837.
- 諸藤裕美. 2010. 「製品開発プロジェクトの情報処理負荷の増加に伴う原価企画のあり方に関する研究：トヨタの事例を用いて」『産業経理』70(1): 42-50.
- 諸藤裕美. 2011. 「総合的利益管理活動としての原価企画の生成プロセス：トヨタの事例を用いて」『原価計算研究』35(1): 59-68.
- 諸藤裕美. 2017. 「製品開発プロジェクトの情報処理負荷増加が原価企画のあり方・重量級プロダクト・マネジャー型組織に与えた影響に関する考察：トヨタの事例を用いて」『産業経理』77(3): 133-144.
- 門田安弘. 1993a. 「原価企画・原価改善・原価維持の起源と発展」『企業会計』45(12): 1626-1630.
- 門田安弘. 1993b. 「原価企画における工程設計の役割」『企業会計』45(10): 1313-1319.
- 山田義夫. 1994. 「クラリオン(株)の原価企画と原価管理」『原価計算研究』18(1): 27-36.
- 山本浩二. 1994. 「シャープの原価企画——新携帯情報ツール「ザウルス」の商品開発と原価企画」『企業会計』46(7): 912-920.
- 山本浩二. 1995. 「ファジィ多属性評価と原価企画——顧客満足に結びつく商品価値創造と目標原価の設定」『会計』148(3): 360-373.
- 山本浩二. 2013. 「自社開発設計しない部品サプライヤーにおける原価企画」『会計』183(4): 466-480.
- 山本浩二・西居豪・窪田祐一・旗本智之. 2010. 「原価企画におけるインターアクションと報酬システム——実態調査にもとづく予備的考察——」『メルコ管理会計研究』3(1): 17-26.
- 横田絵理・乙政佐吉・坂口順也・河合隆治・大西靖・妹尾剛好. 2016. 「マネジメント・コントロールの分析枠組みから見た管理会計研究：文献分析による検討」『原価計算研究』40(2): 125-138.
- 横田絵理・乙政佐吉・坂口順也・河合隆治・大西靖・妹尾剛好. 2018. 「わが国のマネジメント・コントロール研究の文献分析：一わが国企業実務に焦点を当てて—」『メルコ管理会計研究』10(1): 61-73.
- 横田絵理・乙政佐吉・坂口順也・河合隆治・大西靖・妹尾剛好. 2020. 「わが国のマネジメント・コントロール研究の展開—51年間の文献調査に基づいて—」『会計プロGRESS』21: 17-31.
- 陸根孝. 2003. 「集団成熟度と組織能力が原価企画成果に及ぼす影響についての実証研究」『管理会計学』11(1): 3-14.
- 陸根孝. 2005. 「製造戦略、先端製造技術、原価企画システム間の適合性が成果に及ぼす影響」『原価計算研究』29(2): 36-44.
- 吉田栄介. 2001a. 「原価企画活動を支援する組織能力—質問票調査による基礎分析—」『管理会計学』10(1): 39-52.
- 吉田栄介. 2001b. 「原価企画活動を支援する組織能力とパフォーマンスとの関係：某電機メーカーにおける事業間比較」『原価計算研究』25(2): 1-9.
- 吉田栄介. 2012. 「原価企画」廣本敏郎・加登豊・岡野浩編『日本企業の管理会計システム』(95-137)中央経済社.
- 吉田栄介・近藤隆史. 2008. 「自動車リコール問題と原価企画」『企業会計』60(5): 748-755.
- 吉田栄介・近藤隆史・福島一矩・妹尾剛好. 2009. 「わが国管理会計の書誌学的研究—1980-2007—」『産業経理』69(3): 70-81.
- 吉田栄介・福島一矩. 2010. 「日本企業におけるコストマネジメントに関する実証研究：原価企画とMPCを中心として」『原価計算研究』34(1): 78-90.
- 李超雄・門田安弘. 2000. 「原価企画におけるサプライヤー関係が原価低減に及ぼす効果に関する実証的研究」『管理会計学』8(1): 119-137.

付録

付表1 『會計』に掲載された原価企画研究（年代順）

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
加登（1990b）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル
谷ほか（1993）	サーベイ： 実証研究	製造業	社会学	ラグビー方式の開発
岩淵（1994）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
田中（隆） （1994a）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
岡野（1995c）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE
清水（信） （1995）	論説	研究サイトなし	経済学	VE コスト・テーブル
山本（1995）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 VE
伊藤（嘉） （1996）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE
加登ほか（1996）	サーベイ： 実証研究	非製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 ラグビー方式の開発 サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
清水（信） （1996）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
谷（1996）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
手島・岩淵 （1996）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
佐藤（成） （1999）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
岡野（2000）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 コスト・テーブル サプライヤー関係
尾畑（2000）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル
古賀（2001）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
清水（信） （2001）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE
清水（信） （2002）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
大槻（2003b）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
岡野（2004）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
近藤・吉田 （2005）	ケース/ フィールド	製造業	社会学	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
伊藤（嘉） （2006）	論説	非営利組織	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 VE サプライヤー関係
荒井（2009b）	論説	非営利組織	経済・社会・ 心理以外	NA
諸藤（2009）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	VE
岡田（2010）	ケース/ フィールド	非製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE
岡野（2012）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 VE
宮地（2013）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	VE
山本（2013）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE サプライヤー関係
岡田・堀（2014）	サーベイ： 実態調査	非製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
岡田・生方 (2017)	サーベイ： 実態調査	非製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
岡田・山矢 (2019)	サーベイ： 実証研究	非製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE コスト・テーブル

(出所) 筆者作成

付表2 『管理会計学』に掲載された原価企画研究（年代順）

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
田中（雅） (1992b)	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル
金澤・門田 (1995)	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	NA
朴・伊藤（和） (2000)	サーベイ： 実証研究	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
李・門田（2000）	サーベイ： 実証研究	製造業	経済学	目標原価の設定方式 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
持本（2001）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE コスト・テーブル

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
吉田（2001a）	サーベイ： 実証研究	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
陸（2003）	サーベイ： 実証研究	製造業	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
朴（2006）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
宮地（2015）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 VE サプライヤー関係

（出所）筆者作成

付表3 『企業会計』に掲載された原価企画研究（年代順）

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
田中（雅） （1985）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル
櫻井（1988）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE
加登（1990a）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE
田中（隆） （1990）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
岩淵（1992）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
神戸大学管理 会計研究会 （1992a; 1992b; 1992c）	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
清水（信） （1992b）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE コスト・テーブル
手島（1992）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
神戸大学管理 会計研究会 （1993a; 1993b; 1993c）	サーベイ： 実証研究	製造業	社会学	目標原価の設定方式 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
門田（1993a）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
門田（1993b）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
加登（1994a）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 VE サプライヤー関係
佐藤（成） （1994）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発
田中（隆） （1994b）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 ラグビー方式の開発 サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
成田（1994）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE コスト・テーブル
山本（1994）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
岡野（1995a）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発
谷（1995）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発 サプライヤー関係
有賀（1996）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE
川嶋（1996）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
古賀・松尾 （1996）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 ラグビー方式の開発
佐藤（亀） （1996）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
澤本（1996）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 ラグビー方式の開発
田中（雅） （1996）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
田中（雅）ほか （1997a; 1997b; 1997c; 1997d）	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
岡野（1998）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 サプライヤー関係
田中（雅） （1998）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE
伊藤（和）・ スイシー（2000）	複数の方法	製造業	経済・社会・ 心理以外	NA
近藤（隆） （2000）	論説	製造業	心理学	目標原価の設定方式 ラグビー方式の開発
田中（雅） （2001a; 2001b; 2002a; 2002b）	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
田中（雅） （2005）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
田中（雅）ほか （2007a; 2007b; 2007c; 2007d; 2007e; 2007f）	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
吉田・近藤（隆） （2008）	アーカイバル	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
荒井・栗栖 (2010)	サーベイ： 実証研究	非営利組織	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式
加藤・望月 (2010)	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	サプライヤー関係
田坂 (2010)	ケース/ フィールド	非製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE
田中（雅）ほか (2010a; 2010b; 2010c; 2010d; 2010e; 2010f)	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
田中（雅）ほか (2014a; 2014b; 2014c; 2014d; 2014e; 2014f; 2014g; 2014h; 2014i; 2014j)	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
梶原 (2015)	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
田坂・小酒井 (2017)	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	NA
加藤・小林 (2019)	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル

(出所) 筆者作成

付表4 『原価計算研究』に掲載された原価企画研究（年代順）

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
田中（雅） （1992a）	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE
田中（雅） （1993）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
加登（1994b）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE サプライヤー関係
山田（1994）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 VE
岩淵（1995）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
岡野（1995b）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE サプライヤー関係
平岡（1998）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
長屋（1999）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
佐藤（嘉） （2000）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
窪田（2001）	サーベイ： 実証研究	製造業	経済・社会・ 心理以外	VE コスト・テーブル サプライヤー関係
長谷川（2001）	アーカイバル	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
吉田（2001b）	サーベイ： 実証研究	製造業	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
田坂（2002）	論説	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
大槻（2003a）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 コスト・テーブル
田坂（2003）	論説	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE
ト（2003）	論説	研究サイトなし	社会学	目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
丸田（2003）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式
田坂（2004）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
木下（2005）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
中川（2005）	サーベイ： 実証研究	不明	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発 VE サプライヤー関係
陸（2005）	サーベイ： 実証研究	製造業	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
田坂・矢澤 （2006）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
丸田（2009）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 VE
荒井（2010b）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
吉田・福島 （2010）	サーベイ： 実証研究	製造業	経済・社会・ 心理以外	VE コスト・テーブル サプライヤー関係
丸田（2011）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE
諸藤（2011）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル
妹尾・福島 （2012）	サーベイ： 実証研究	営利組織全体	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
畑井ほか（2013）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 VE サプライヤー関係
河合（2015）	サーベイ： 実証研究	営利組織全体	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
河合・梶原 （2016）	サーベイ： 実証研究	営利組織全体	社会学	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
関（2016）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 ラグビー方式の開発 VE サプライヤー関係
趙（2016）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE サプライヤー関係
秋山（2019）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE コスト・テーブル
小沢（2019）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル

（出所）筆者作成

付表5 『産業経理』に掲載された原価企画研究（年代順）

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
伊藤（嘉） （1992）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
清水（信） （1992a）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE
井上（1993）	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発 VE サプライヤー関係
田中（雅）・ 関谷（1996）	サーベイ： 実態調査	製造業	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
岡野（1997）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	ラグビー方式の開発 VE サプライヤー関係
丸田（1998）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	VE
諸藤（1999）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 サプライヤー関係
伊藤（和）・ 田坂（2002）	論説	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル
大槻（2004）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE コスト・テーブル
中島（2005）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE コスト・テーブル

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
加藤（2007）	論説	研究サイトなし	経済学	サプライヤー関係
荒井（2009a）	ケース/ フィールド	非営利組織	経済・社会・ 心理以外	VE
荒井（2010a）	サーベイ： 実証研究	非営利組織	経済・社会・ 心理以外	コスト・テーブル
諸藤（2010）	ケース/ フィールド	製造業	社会学	目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE
望月・加藤 （2011）	ケース/ フィールド	非製造業	経済・社会・ 心理以外	NA
加藤（2013）	論説	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 VE サプライヤー関係
谷守・田坂 （2013）	ケース/ フィールド	非製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 VE
本間（2013）	論説	研究サイトなし	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 VE コスト・テーブル
坂口（2014）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 マイルストーン管理 VE サプライヤー関係
大槻・崎（2016）	論説	研究サイトなし	複合	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル サプライヤー関係
田坂・梅田 （2017）	サーベイ： 実証研究	営利組織全体	経済・社会・ 心理以外	マイルストーン管理 VE サプライヤー関係

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
諸藤（2017）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 マイルストーン管理 ラグビー方式の開発 VE
加藤（2018）	論説	不明	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付 ラグビー方式の開発 VE コスト・テーブル

（出所）筆者作成

付表6 『メルコ管理会計研究』に掲載された原価企画研究（年代順）

著者（年）	研究方法	研究サイト	理論	原価企画の不可欠な エレメント
山本ほか（2010）	サーベイ： 実証研究	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の細分割付
木下（2011）	ケース/ フィールド	非製造業	経済・社会・ 心理以外	VE
鈴木（2011）	論説	研究サイトなし	社会学	VE サプライヤー関係
宮地・柊（2015）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	VE サプライヤー関係
澁谷（2016）	ケース/ フィールド	製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE サプライヤー関係
近藤（大） （2017）	ケース/ フィールド	非製造業	経済・社会・ 心理以外	目標原価の設定方式 目標原価の細分割付 VE

（出所）筆者作成