

日本管理会計学会 2015 年度スタディ・グループ最終報告

「コスト変動の把握と変動の原因解明に向けた実証的研究」

2017 年 8 月

## I 日本管理会計学会 2015 年度スタディ・グループの構成

### 代表者

安酸 建二 (近畿大学経営学部)

### スタディ・グループ構成員

新井康平 (群馬大学社会情報学部)

佐久間智広 (松山大学経営学部)

福嶋誠宣 (京阪アセットマネジメント株式会社代表取締役社長, 神戸大学大学院経営学  
研究科博士課程後期課程)

北田智久 (近畿大学経営学部)

濱村純平 (桃山学院大学経営学部)

劉美玲 (鹿児島大学稲盛アカデミー)

小笠原亨 (神戸大学大学院経営学研究科博士課程後期課程)

### 研究協力者:

廣瀬喜貴 (高崎商科大学短期大学部)

井上謙仁 (大阪市立大学大学院経営学研究科後期博士課程)

佐々木多恵 (神戸大学大学院経営学研究科博士課程後期課程)

牧野功樹 (群馬大学大学院社会情報学研究科修士課程)

川野純子 (群馬大学大学院社会情報学研究科修士課程)

## II 日本管理会計学会 2015 年度スタディ・グループ最終報告書の作成方針

### 1 公表済みの研究成果

本スタディ・グループは、研究成果を学術論文、書籍としてすでに以下のように公表している。

北田智久・福嶋誠宣・新井康平・安酸建二. 2016. 「過去の売上高変動および将来の売上高予想が非対称なコスト変動に与える影響」『メルコ管理会計研究』第9号-I:69-78.

小笠原亨. 2016. 「日本企業における費用収益対応のトレンド分析」『六甲台論集』63 (1) 49-59.

安酸建二・新井康平・福嶋誠宣編著 『販売費及び一般管理費の理論と実証』中央経済社 2017 年. (メルコ学術振興財団研究叢書 9)

本スタディ・グループ研究成果については、これらの出版物ですでに詳しく論じているため、本報告書とあわせてこれらの研究成果も参照されたい。

### 2 現在投稿中あるいは今後投稿予定の研究成果の取り扱い

上記公表済みの研究成果に加えて、現在、査読機関を持つ学術専門誌へ投稿中、あるいは今後投稿予定の研究論文が複数ある。査読機関を持つ学術専門誌への投稿という性格上、現在投稿中あるいは今後投稿予定の論文の著者およびタイトル等に関する情報およびその内容に関して、本報告書を通じた公開は差し控えたい。

### 3 本報告書での報告事項とその背景

本報告書では、日本企業の費用の構成がどのように推移してきたのかに関するデータの分析結果を示す。具体的には、売上高に占める売上原価と販売費及び一般管理費（以下、販管費）それぞれの割合が、どのように推移してきたのかを記述的に示す。この分析は、スタディ・グループの活動として我々が真っ先に取り組んだ作業である。分析結果は、売上高に占める売上原価の割合は低下傾向にある一方、売上高に占める販管費の割合は上昇傾向にあることを示している。さらに、売上高を被説明変数、売上原価と販管費を説明変数とする重回帰分析を行った結果、売上原価の限界収益率の低下傾向と販管費の限界収益率の上昇傾向が明らかになった。合理的に経営が行われているならば、限界収益率の低い経営活動から限界収益率の高い経営活動へ経営資源が配分されるはずである。したがって、売上原価の限界収益率の低下が売上高に占める売上原価の低下をもたらす一方、販管費の限界収益率の上昇が売上高に占める販管費の上昇をもたらしていると解釈できる。これらの発見は、販管費を重点的に研究する重要性を示している。

事実、近年の管理会計研究において販管費への注目が集まっている(Anderson et al. 2003;

緒方 2006; 平井・椎葉 2006; Banker et al. 2011; Srivastava 2014). この背景には、インタンジブルズについての研究がある。例えば、企業の価値創造の源泉が有形の資産から無形の資産（インタンジブルズ）へとシフトし、インタンジブルズは企業価値の大部分を占めるようになったという一連の主張がある(Guthrie 2001; Lev 2001; Augier and Teece 2005; Lev et al. 2005; 伊藤 2006; 櫻井 2011). インタンジブルズは、将来にわたって収益を生み出す資産のうち、物的資産、金融資産以外の資産であると定義されている(Edvinsson and Malone 1997; Johanson et al. 2001; Lev 2001; MERITUM 2001). 具体的には、研究開発、ブランド、人的資源開発、レピュテーション、優れた業務プロセスなどがその例として挙げられる<sup>i</sup>. インタンジブルズは将来に渡って収益を生み出す収益基盤であるものの、インタンジブルズが将来にわたって収益を生み出すのかどうかについては不確実性が高い(Lev 2001; 伊藤 2006; 櫻井 2014). そのため、営業権、特許権、のれんなどを除くインタンジブルズへの支出の大部分は貸借対照表上で資産として計上されず<sup>ii</sup>, 損益計算書において費用として計上される(Lev 2001; 伊藤 2006; 櫻井 2014). 特に、研究開発、ブランド、人的資源開発、レピュテーション、優れた業務プロセスといったインタンジブルズへの支出の多くが販管費に計上される(Lev et al. 2009; Banker et al. 2011; Srivastava 2014). 貸借対照表に計上されないインタンジブルズへの支出およびその効果を明らかにするためには、インタンジブルズへの支出が主に計上される販管費に注目する必要がある。事実、最近の研究では、インタンジブルズが販管費の変動に影響を与えていることが報告されている(Venieris et al. 2015)

---

<sup>i</sup> インタンジブルズの主な関連要素として、Lev (2001)はイノベーション、独自の組織デザイン、人的資源の三つを挙げている。そして、例えばブランドといったインタンジブルズの典型は、これらの組合せによって創出されると述べている。

<sup>ii</sup> 費用だけでなく収益についても同様である。収益認識の側面からこの問題を詳細に検討した研究として渡邊(2015)がある。渡邊(2015)は、フランチャイズを利用した事業体に注目して、フランチャイザーがフランチャイジーから受け取るロイヤルティ収入の割引現在価値の資産計上を議論している。

## 目次

1	はじめに.....	- 1 -
2	売上原価率と販管費率の推移.....	- 1 -
2.1	単独決算数値.....	- 1 -
2.2	連結決算数値.....	- 3 -
3	売上原価率と販管費率それぞれの利益への影響.....	- 5 -
3.1	単独決算数値.....	- 5 -
3.2	連結決算数値.....	- 7 -
4	売上高に対する販管費の影響.....	- 9 -
4.1	単独決算数値.....	- 9 -
4.2	連結決算数値.....	- 11 -
5	継続的にデータが収集可能な企業のみ分析.....	- 13 -
5.1	売上原価率と販管費率の変化.....	- 13 -
5.2	売上原価と販管費それぞれの限界収益率の変化.....	- 15 -
	単独決算数値.....	- 15 -
	連結決算数値.....	- 17 -
6	結論.....	- 19 -
	参考文献.....	- 20 -

# 2015 年度スタディ・グループ最終報告

## 1 はじめに

本報告書は販売費及び一般管理費（以下、販管費）に主な研究関心を向ける。これは、企業経営上、販管費の重要性が増大しているためである。本報告書では、日本企業のデータの分析を通じて販管費の動向を捉えると同時に、その重要性について確認を行う。分析対象となるデータは、銀行業、証券業、保険業を除く証券取引所上場企業（ジャスダックを除く）の公表財務データである。なお、日経 NEEDS-FinancialQUEST を通じてデータを収集している。

単独決算データについては、1975 年から 2014 年の 40 年間にわたってデータを収集し、101,068 企業・年からなるデータを得た。一方、連結決算データについては、1985 年から 2014 年の 30 年間にわたってデータを収集し、57,631 企業・年からなるデータを得た。連結決算データの収集期間を 30 年としたのは、連結決算を採用する企業数が 1985 年より以前では十分に確保できないためである。

なお、分析に当たり、決算月数が 12 か月以外のデータを分析対象から取り除いている。外れ値の影響を軽減するため、収集したデータに対して上下 0.5% の水準でウインザライズ (winsorize) を施している<sup>1</sup>。本報告書を通じて示す統計量は、すべてウインザライズを施した後のデータを用いて行った分析結果である。また、本報告書での分析は、販管費の動向を概観するための分析である。したがって、詳細な統計量を示していない。

## 2 売上原価率と販管費率の推移

### 2.1 単独決算数値

図表 1 は、1975 年から 2014 年にわたる 40 年間の単独決算数値に基づいて、売上高に占める売上原価（以下、「売上原価率」と呼ぶ）と売上高に占める販管費の比率（以下、「販管費率」と呼ぶ）それぞれの平均値と中央値を年度ごとに算出し、要約した表である。また、売上原価率と販管費率それぞれの年度ごとの平均値と中央値の推移を図示すると図表 2 となる。これらの図表を見ると、過去 40 年間、売上原価率は一貫して低下傾向にあるのに対して、販管費率は一貫して上昇傾向にあることがわかる。

---

<sup>1</sup> 「上下 0.5% の水準でウインザライズ (winsorize)」とは、収集した一連の観測値を小さい方から大きい方へ並べた場合、下位の 0.5% に存在する値を、0.5% パーセンタイル値で置き換える一方、上位の 0.5% に存在する値を、99.5 パーセンタイル値で置き換える処理をいう。上下 0.5% を切り捨てる異常値の処理 (トリミング trimming) とは違い、サンプルサイズが減少しないという長所がある。

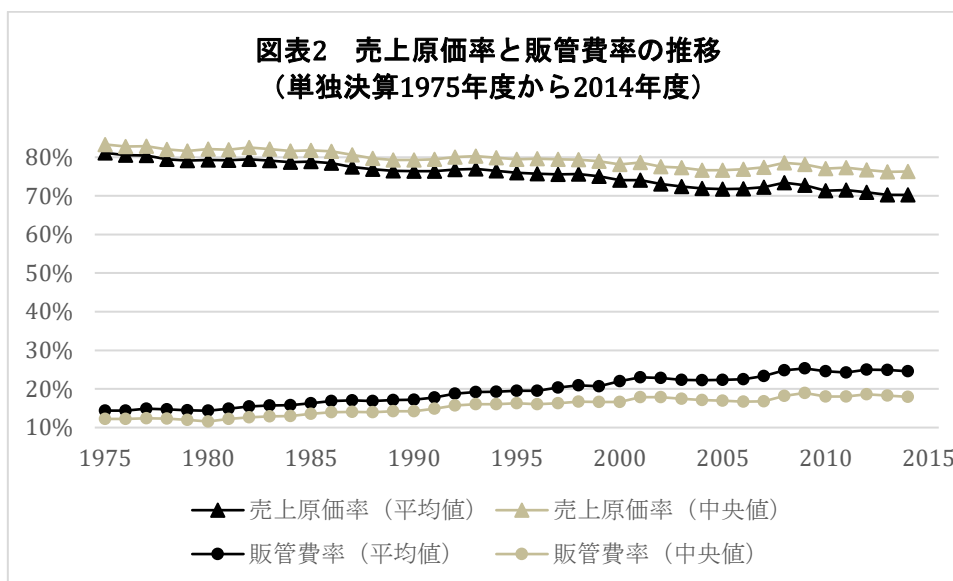
図表 1 売上原価率と販管費率それぞれの平均値と中央値の推移（単独決算）

	売上原価率		販管費率		n
	平均値	中央値	平均値	中央値	
1975	81.1	83.3	14.4	12.3	1,613
1976	80.6	82.8	14.4	12.2	1,743
1977	80.5	82.9	14.9	12.4	1,913
1978	79.5	82.0	14.8	12.3	1,934
1979	79.1	81.6	14.5	11.9	1,964
1980	79.3	82.1	14.4	11.6	1,995
1981	79.2	81.9	14.9	12.3	2,032
1982	79.4	82.5	15.5	12.7	2,071
1983	79.1	82.1	15.7	12.9	2,127
1984	78.7	81.6	15.8	13.0	2,161
1985	78.9	81.8	16.3	13.5	2,185
1986	78.5	81.5	16.9	14.0	2,175
1987	77.5	80.6	17.0	14.1	2,126
1988	76.9	79.7	16.8	14.0	2,183
1989	76.5	79.3	17.1	14.2	2,337
1990	76.4	79.3	17.2	14.3	2,424
1991	76.4	79.4	17.8	14.9	2,486
1992	76.8	80.1	18.8	15.7	2,540
1993	77.0	80.3	19.2	16.1	2,581
1994	76.5	79.9	19.3	16.1	2,631
1995	75.9	79.5	19.5	16.3	2,731
1996	75.7	79.6	19.5	16.0	2,792
1997	75.6	79.5	20.4	16.3	2,864
1998	75.7	79.4	20.9	16.7	2,922
1999	75.1	79.0	20.7	16.6	3,002
2000	74.1	78.2	22.0	16.7	3,097
2001	74.1	78.6	23.0	17.8	3,171
2002	73.1	77.6	22.9	17.9	3,165
2003	72.5	77.3	22.3	17.4	3,102
2004	71.9	76.7	22.2	17.2	3,072
2005	71.8	76.7	22.4	17.0	3,038
2006	71.9	76.9	22.5	16.7	2,984
2007	72.3	77.4	23.3	16.8	2,933
2008	73.4	78.6	24.8	18.2	2,876
2009	72.7	78.1	25.3	19.0	2,790
2010	71.3	77.1	24.6	18.0	2,720
2011	71.5	77.3	24.3	18.0	2,651
2012	70.9	76.7	25.0	18.6	2,672
2013	70.3	76.2	24.9	18.2	2,652
2014	70.2	76.3	24.6	18.0	2,613

単位は%である。

売上原価率と販管費率は、それぞれ売上高に占める売上原価と販管費の比率である。

図表2 売上原価率と販管費率の推移  
(単独決算1975年度から2014年度)



## 2.2 連結決算数値

続いて、連結決算数値に基づいて、売上原価率と販管費率それぞれの年度ごとの平均値と中央値の推移を見ていこう。図表3は、1985年から2014年にわたる30年間の連結決算数値に基づいて、売上原価率と販管費率それぞれの平均値と中央値を年度ごとに算出し、要約した表である。また、売上原価率と販管費率それぞれの平均値と中央値の推移を図示すると図表4となる。

連結決算数値に基づいて作成されたこれらの図表を見ても、過去30年間、売上原価率は一貫して低下傾向にあるのに対して、販管費率は一貫して上昇傾向にあることがわかる。



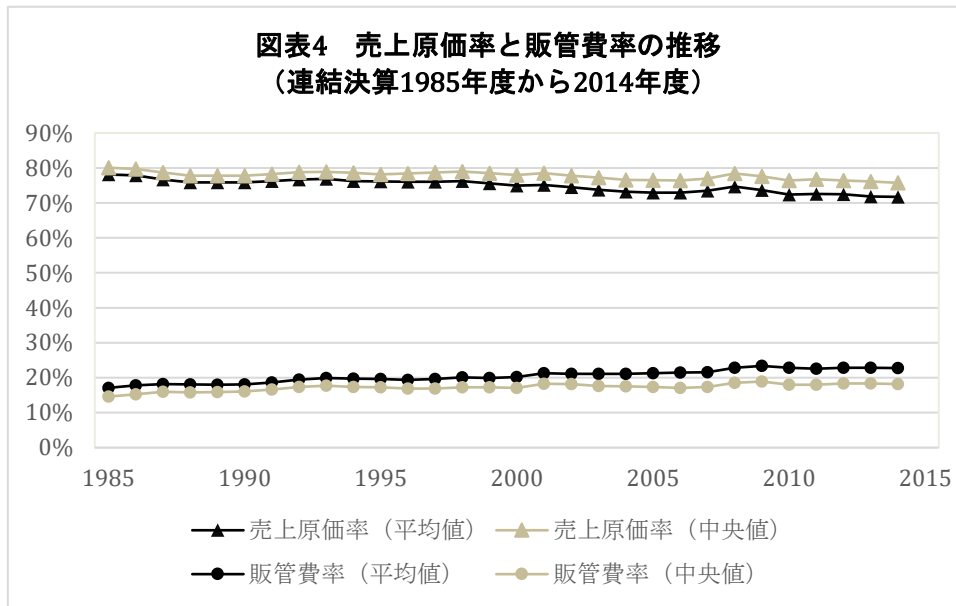
図表 3 売上原価率と販管費率それぞれの平均値と中央値の推移（連結決算）

	売上原価率		販管費率		n
	平均値	中央値	平均値	中央値	
1985	78.1	80.1	17.1	14.6	923
1986	77.9	79.7	17.8	15.2	957
1987	76.6	78.7	18.2	16.0	961
1988	75.9	77.8	18.1	15.8	1028
1989	75.8	77.8	18.0	15.9	1108
1990	75.8	77.8	18.1	16.1	1182
1991	76.2	78.2	18.6	16.6	1238
1992	76.7	78.8	19.4	17.3	1300
1993	76.9	78.9	19.9	17.7	1373
1994	76.2	78.6	19.7	17.4	1603
1995	76.1	78.1	19.6	17.2	1725
1996	76.0	78.4	19.4	16.9	1781
1997	76.0	78.7	19.7	16.9	1864
1998	76.2	79.0	20.1	17.3	1964
1999	75.6	78.5	19.9	17.2	2226
2000	74.9	78.0	20.2	17.1	2298
2001	75.1	78.5	21.3	18.3	2336
2002	74.5	77.8	21.1	18.2	2371
2003	73.7	77.3	21.1	17.7	2412
2004	73.2	76.6	21.1	17.6	2476
2005	72.9	76.5	21.3	17.3	2528
2006	73.0	76.4	21.4	17.1	2546
2007	73.4	77.0	21.6	17.3	2530
2008	74.7	78.4	22.8	18.5	2486
2009	73.7	77.6	23.4	18.9	2419
2010	72.4	76.4	22.8	18.0	2398
2011	72.6	76.8	22.6	18.0	2391
2012	72.4	76.4	22.9	18.3	2414
2013	71.8	76.1	22.9	18.4	2406
2014	71.7	75.7	22.8	18.2	2387

単位は%である。

売上原価率と販管費率は、それぞれ売上高に占める売上原価と販管費の比率である。

図表4 売上原価率と販管費率の推移  
(連結決算1985年度から2014年度)



### 3 売上原価率と販管費率それぞれの利益への影響

#### 3.1 単独決算数値

売上原価の減少傾向と販管費の増大傾向が、利益にどのような影響を及ぼしてきたのかを検討していこう。図表5は、1975年から2014年にわたる40年間の単独決算数値に基づいて、売上高に占める売上総利益の比率（これを以下「売上総利益率」と呼ぶ）と売上高に占める営業利益の比率（これを以下「営業利益率」と呼ぶ）を年度ごとに要約した表である。売上総利益率と営業利益率は、それぞれ売上総利益と営業利益を売上高で除して算出した。また、売上総利益率と営業利益率の推移を図示すると図表6となる。

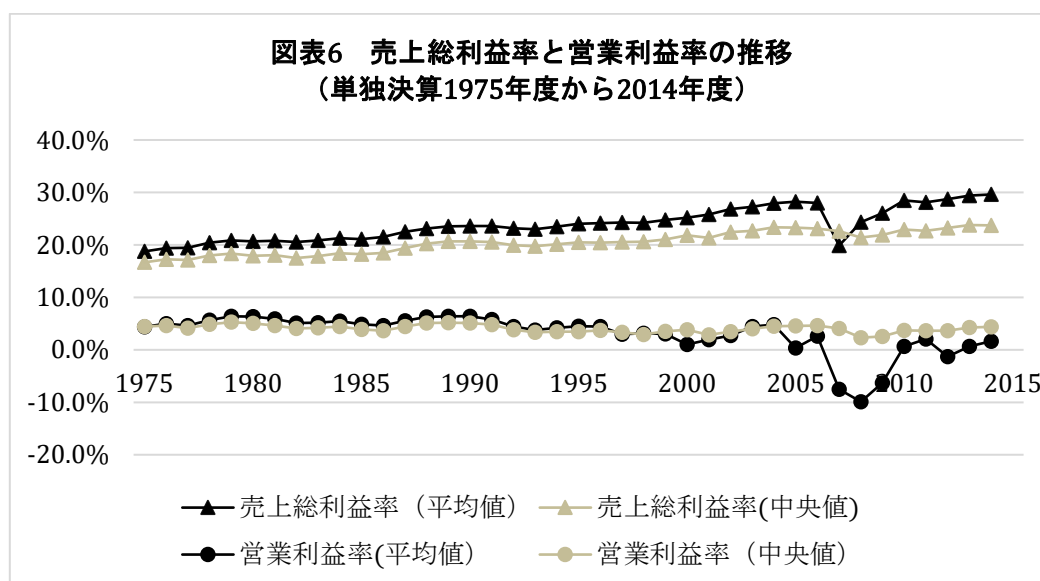
図表 5 売上総利益率と営業利益率の平均値と中央値の推移（単独決算）

	売上総利益率		営業利益率		n
	平均値	中央値	平均値	中央値	
1975	18.8	16.7	4.4	4.5	1,613
1976	19.4	17.2	5.0	4.6	1,743
1977	19.5	17.1	4.6	4.1	1,913
1978	20.4	18.0	5.7	4.9	1,934
1979	20.9	18.4	6.4	5.3	1,964
1980	20.7	17.9	6.3	5.1	1,995
1981	20.8	18.1	5.9	4.7	2,032
1982	20.6	17.5	5.1	4.0	2,071
1983	20.9	17.9	5.2	4.2	2,127
1984	21.3	18.4	5.5	4.5	2,161
1985	21.1	18.2	4.9	3.9	2,185
1986	21.5	18.5	4.6	3.6	2,175
1987	22.5	19.4	5.5	4.4	2,126
1988	23.1	20.3	6.3	5.1	2,183
1989	23.5	20.7	6.4	5.2	2,337
1990	23.6	20.7	6.4	5.1	2,424
1991	23.6	20.6	5.8	4.8	2,486
1992	23.2	19.9	4.4	3.8	2,540
1993	23.0	19.7	3.8	3.4	2,581
1994	23.5	20.1	4.2	3.5	2,631
1995	24.0	20.5	4.5	3.5	2,731
1996	24.2	20.4	4.4	3.7	2,792
1997	24.3	20.5	3.0	3.4	2,864
1998	24.2	20.6	3.2	2.9	2,922
1999	24.7	21.0	3.1	3.5	3,002
2000	25.2	21.8	1.0	3.9	3,097
2001	25.8	21.4	1.9	2.8	3,171
2002	26.8	22.4	2.7	3.5	3,165
2003	27.3	22.7	4.4	4.0	3,102
2004	27.9	23.3	4.8	4.5	3,072
2005	28.2	23.3	0.3	4.6	3,038
2006	28.0	23.1	2.6	4.6	2,984
2007	19.9	22.6	-7.5	4.1	2,933
2008	24.4	21.4	-9.9	2.3	2,876
2009	26.0	21.9	-6.3	2.6	2,790
2010	28.5	22.9	0.7	3.7	2,720
2011	28.1	22.7	2.1	3.6	2,651
2012	28.7	23.3	-1.3	3.6	2,672
2013	29.4	23.8	0.7	4.2	2,652
2014	29.6	23.7	1.6	4.4	2,613

単位は%である。

売上総利益率と営業利益率は、それぞれ売上高に占める売上総利益と営業利益の比率である。

図表6 売上総利益率と営業利益率の推移  
(単独決算1975年度から2014年度)



1975年から2014年の40年間、売上総利益率は増大傾向にある一方、営業利益率は大きく変化していないことが読み取れる。すでに検討してきたように、この間、売上原価の減少と販管費の増大がみられる。売上総利益率の上昇は売上原価の低下による一方、販管費の増大が営業利益率の上昇を抑制していることが示唆される。

### 3.2 連結決算数値

同様の分析を連結決算数値に対しても行おう。図表7は、連結決算数値に基づいて、1985年から2014年の30年間にわたる売上総利益率と営業利益率を要約した表である。また、売上総利益率と営業利益率の推移を図示すると図表8となる。連結決算においても、単独決算と同様の傾向がみられる。

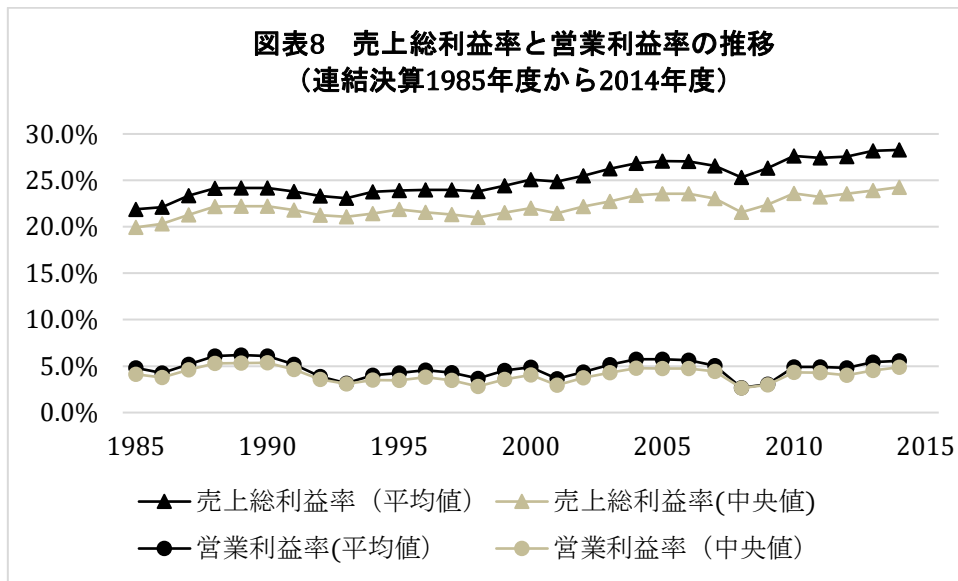
図表 7 売上総利益率と営業利益率の平均値と中央値の推移(連結決算)

	売上総利益率		営業利益率		n
	平均値	中央値	平均値	中央値	
1985	21.9	19.9	4.8	4.1	923
1986	22.1	20.3	4.3	3.8	957
1987	23.4	21.3	5.2	4.6	961
1988	24.1	22.2	6.1	5.3	1,028
1989	24.2	22.2	6.2	5.3	1,108
1990	24.2	22.2	6.1	5.4	1,182
1991	23.8	21.8	5.2	4.6	1,238
1992	23.3	21.2	3.9	3.6	1,300
1993	23.1	21.1	3.2	3.1	1,373
1994	23.8	21.4	4.0	3.5	1,603
1995	23.9	21.9	4.2	3.5	1,725
1996	24.0	21.6	4.6	3.8	1,781
1997	24.0	21.3	4.3	3.5	1,864
1998	23.8	21.0	3.7	2.8	1,964
1999	24.4	21.5	4.5	3.6	2,226
2000	25.1	22.0	4.9	4.0	2,298
2001	24.9	21.5	3.6	3.0	2,336
2002	25.5	22.2	4.4	3.7	2,371
2003	26.3	22.7	5.1	4.3	2,412
2004	26.8	23.4	5.8	4.8	2,476
2005	27.1	23.5	5.8	4.7	2,528
2006	27.0	23.6	5.6	4.7	2,546
2007	26.6	23.0	5.1	4.4	2,530
2008	25.3	21.6	2.7	2.6	2,486
2009	26.3	22.4	3.1	3.0	2,419
2010	27.6	23.6	4.9	4.3	2,398
2011	27.4	23.2	4.9	4.3	2,391
2012	27.6	23.6	4.8	4.0	2,414
2013	28.2	23.9	5.4	4.6	2,406
2014	28.3	24.3	5.6	4.9	2,387

単位は%である。

売上総利益率と営業利益率は、それぞれ売上高に占める売上総利益と営業利益の比率である。

図表8 売上総利益率と営業利益率の推移  
(連結決算1985年度から2014年度)



#### 4 売上高に対する販管費の影響

図表 2 と図表 4 は、販管費が増大傾向にあることを示している。これは企業経営における販管費の重要性の増大を示唆する。そこで、売上原価と販管費のそれぞれが売上高に与える影響を分析するために、次の(1)式を設定し、これを年度ごとに最小二乗法により推定する。

$$SALES_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 COGS_{i,t} + \beta_2 SGA_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

ただし、 $SALES_{i,t}$ 、 $COGS_{i,t}$ 、 $SGA_{i,t}$ は、それぞれ第*i*企業*t*年度の売上高、売上原価、販管費である。この時、 $\beta_1$ は売上原価 1 円当たりの売上高に対する限界的な変化率、つまり限界収益率を表す。同じく、 $\beta_2$ は販管費 1 円当たりの売上高に対する限界収益率を表す。

なお、(1)式の $\beta_1$ および $\beta_2$ の経時的な推移が、費用と収益の対応度の変化を反映する可能性が先行研究から示唆されている(Dichev and Tang 2008; 加賀谷 2011)。これを考慮した詳細な分析は、安酸建二・新井康平・福嶋誠宣編著 『販売費及び一般管理費の理論と実証』中央経済社 2017 年 第 3 章を参照されたい。

##### 4.1 単独決算数値

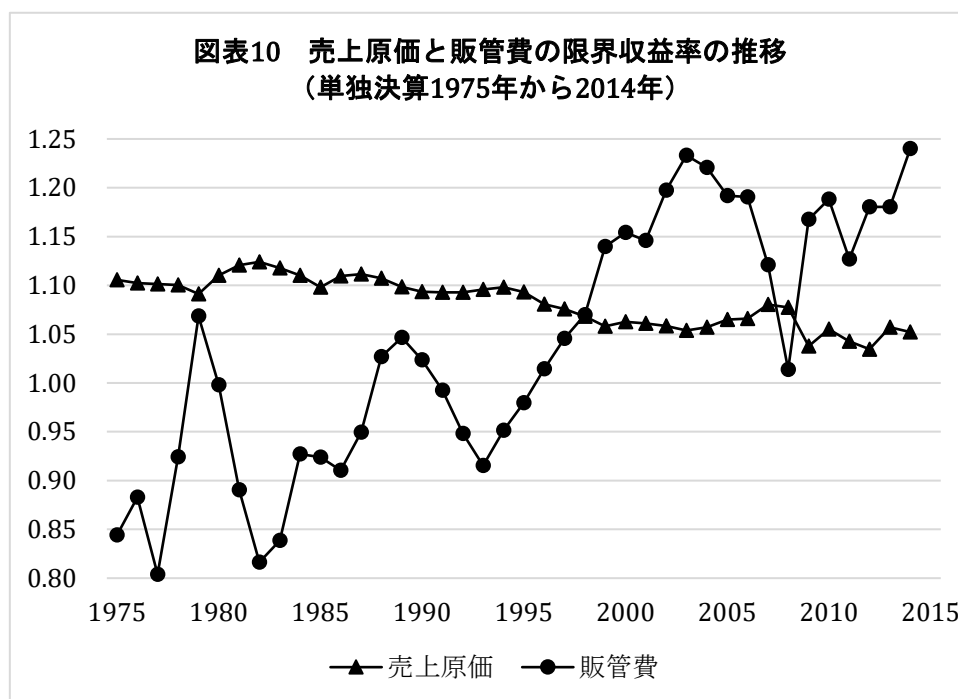
図表 9 は、単独決算数値を用いて年度ごとに(1)式を推定した結果を要約した表である。また、図表 9 に示す $\beta_1$ と $\beta_2$ の推移、すなわち、売上原価と販管費の限界収益率の推移を視覚的に表現すると、図表 10 のようになる。

図表 9 単独決算数値を用いた年度ごとの(1)式の推定結果

$$SALES_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 COGS_{i,t} + \beta_2 SGA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

年度	$\beta_1$	$\beta_2$	n	年度	$\beta_1$	$\beta_2$	n
1975	1.11	0.84	1,613	1995	1.09	0.98	2,731
1976	1.10	0.88	1,743	1996	1.08	1.01	2,792
1977	1.10	0.80	1,913	1997	1.08	1.05	2,864
1978	1.10	0.92	1,934	1998	1.07	1.07	2,922
1979	1.09	1.07	1,964	1999	1.06	1.14	3,002
1980	1.11	1.00	1,995	2000	1.06	1.15	3,097
1981	1.12	0.89	2,032	2001	1.06	1.15	3,171
1982	1.12	0.82	2,071	2002	1.06	1.20	3,165
1983	1.12	0.84	2,127	2003	1.05	1.23	3,102
1984	1.11	0.93	2,161	2004	1.06	1.22	3,072
1985	1.10	0.92	2,185	2005	1.06	1.19	3,038
1986	1.11	0.91	2,175	2006	1.07	1.19	2,984
1987	1.11	0.95	2,126	2007	1.08	1.12	2,933
1988	1.11	1.03	2,183	2008	1.08	1.01	2,876
1989	1.10	1.05	2,337	2009	1.04	1.17	2,790
1990	1.09	1.02	2,424	2010	1.06	1.19	2,720
1991	1.09	0.99	2,486	2011	1.04	1.13	2,651
1992	1.09	0.95	2,540	2012	1.03	1.18	2,672
1993	1.10	0.92	2,581	2013	1.06	1.18	2,652
1994	1.10	0.95	2,631	2014	1.05	1.24	2,613

定数項 $\beta_0$ の推定値については省略した。



#### 4.2 連結決算数値

続いて、連結決算数値を用いて年度ごとに(1)式を推定した結果を見ていこう。図表 11 はこの推定結果を要約した表である。また、図表 11 に示す売上原価と販管費の限界収益率の推移を視覚的に表現すると、図表 12 のようになる。

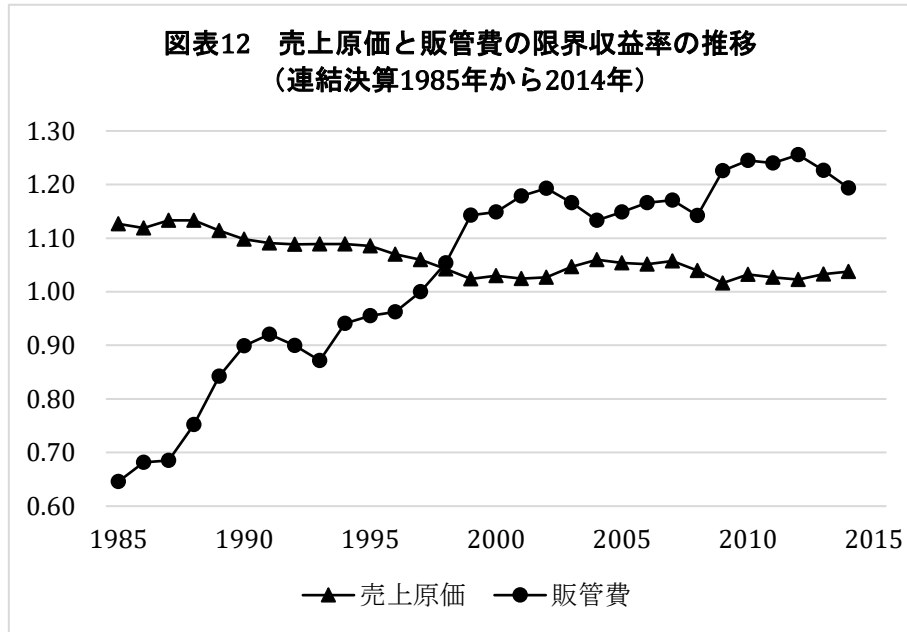


図表 11 連結決算数値を用いた年度ごとの(1)式の推定結果

$$SALES_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 COGS_{i,t} + \beta_2 SGA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

年度	$\beta_1$	$\beta_2$	n	年度	$\beta_1$	$\beta_2$	n
1985	1.13	0.65	923	2000	1.03	1.15	2,298
1986	1.12	0.68	957	2001	1.02	1.18	2,336
1987	1.13	0.69	961	2002	1.03	1.19	2,371
1988	1.13	0.75	1,028	2003	1.05	1.17	2,412
1989	1.11	0.84	1,108	2004	1.06	1.13	2,476
1990	1.10	0.90	1,182	2005	1.05	1.15	2,528
1991	1.09	0.92	1,238	2006	1.05	1.17	2,546
1992	1.09	0.90	1,300	2007	1.06	1.17	2,530
1993	1.09	0.87	1,373	2008	1.04	1.14	2,486
1994	1.09	0.94	1,603	2009	1.02	1.23	2,419
1995	1.09	0.96	1,725	2010	1.03	1.24	2,398
1996	1.07	0.96	1,781	2011	1.03	1.24	2,391
1997	1.06	1.00	1,864	2012	1.02	1.26	2,414
1998	1.04	1.05	1,964	2013	1.03	1.23	2,406
1999	1.02	1.14	2,226	2014	1.04	1.19	2,387

定数項 $\beta_0$ の推定値については省略した。



単独決算および連結決算双方の数値に基づく分析で、売上原価の限界収益率の低下と販管費の限界収益率の上昇がみられる。

## 5 継続的にデータが収集可能な企業のみ分析

### 5.1 売上原価率と販管費率の変化

売上原価率と販管費率に関するこれまでの分析結果は、販管費が年々増大していることを示唆している。しかし、販管費率の上昇は、単独決算では過去 40 年の間に、連結決算では過去 30 年の間に、販管費率が小さい企業が上場廃止により分析対象から脱落する一方、販管費率が大きい企業が上場し分析対象に加わったことに起因する可能性を否定できない。

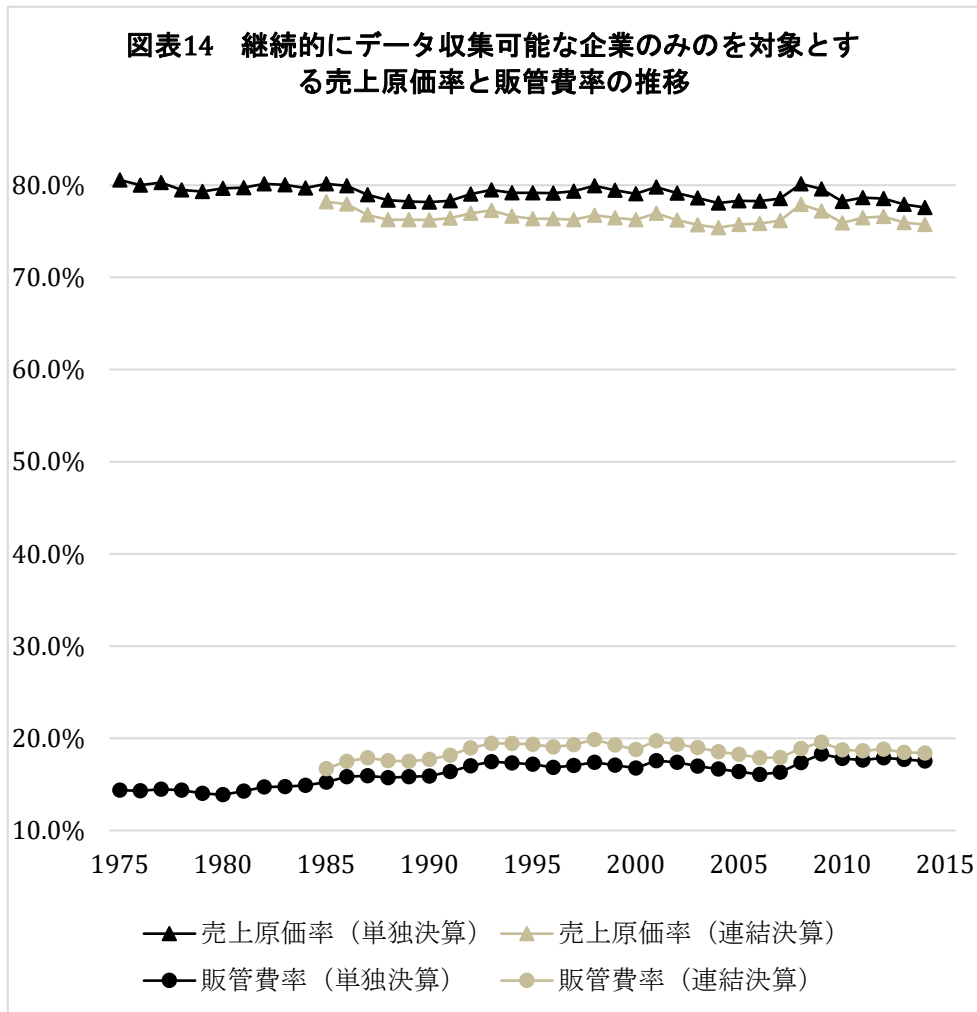
限界収益率についても同様である。販管費の限界収益率の上昇は、販管費の限界収益率が企業全般で上昇したのではなく、販管費の限界収益率が低い企業が上場廃止により分析対象から脱落する一方、販管費の限界収益率が高い企業が上場し分析対象に加わったためである可能性を否定できない。

そこで、単独決算では過去 40 年間、連結決算では過去 30 年間に継続的に上場している企業を対象として、これまでと同様の分析を実施する必要がある。継続的にデータが収集可能な企業のみを対象にして、年度ごとに売上原価率および販管費率の平均値を算出した結果を示した表が図表 13 である。なお、決算期の変更により決算月数が 12 か月以外のデータを分析対象から取り除いたため、各年度のサンプル数は一貫していない。また、図表 13 に示す売上原価率と販管費率の推移を視覚的に表現すると、図表 14 のようになる。

図表 13 継続的にデータ収集可能な企業のみ分析

年度	売上原価率		販管费率		n	
	単独決算	連結決算	単独決算	連結決算	単独決算	連結決算
1975	80.6	—	14.4	—	1,036	—
1976	80.0	—	14.3	—	1,069	—
1977	80.3	—	14.5	—	1,072	—
1978	79.5	—	14.4	—	1,074	—
1979	79.3	—	14.0	—	1,076	—
1980	79.6	—	13.9	—	1,075	—
1981	79.7	—	14.3	—	1,076	—
1982	80.1	—	14.7	—	1,076	—
1983	80.0	—	14.7	—	1,077	—
1984	79.7	—	14.9	—	1,076	—
1985	80.2	78.2	15.2	16.7	1,067	605
1986	80.0	77.9	15.8	17.5	1,039	623
1987	79.0	76.8	15.9	17.9	980	585
1988	78.4	76.3	15.7	17.6	988	592
1989	78.2	76.2	15.8	17.5	1,047	623
1990	78.2	76.2	15.9	17.7	1,061	631
1991	78.3	76.4	16.4	18.2	1,064	635
1992	79.0	76.9	17.0	19.0	1,072	638
1993	79.5	77.3	17.5	19.5	1,076	639
1994	79.2	76.7	17.3	19.5	1,068	639
1995	79.2	76.4	17.2	19.3	1,075	640
1996	79.1	76.4	16.8	19.1	1,069	637
1997	79.3	76.3	17.0	19.3	1,076	638
1998	80.0	76.7	17.4	19.9	1,076	638
1999	79.5	76.5	17.1	19.3	1,089	660
2000	79.1	76.3	16.8	18.8	1,089	663
2001	79.8	77.0	17.6	19.7	1,095	663
2002	79.1	76.2	17.4	19.3	1,093	664
2003	78.6	75.7	17.0	19.0	1,090	663
2004	78.1	75.4	16.7	18.6	1,089	664
2005	78.3	75.7	16.4	18.3	1,088	664
2006	78.3	75.8	16.1	17.9	1,081	663
2007	78.5	76.2	16.3	17.9	1,079	663
2008	80.1	77.9	17.4	18.9	1,075	664
2009	79.6	77.2	18.3	19.6	1,070	663
2010	78.2	75.9	17.8	18.7	1,071	660
2011	78.7	76.5	17.6	18.7	1,065	661
2012	78.6	76.6	17.9	18.8	1,063	662
2013	77.9	75.9	17.7	18.5	1,064	663
2014	77.6	75.7	17.6	18.4	1,052	653

図表14 継続的にデータ収集可能な企業のみを対象とする  
売上原価率と販管費率の推移



## 5.2 売上原価と販管費それぞれの限界収益率の変化

### 単独決算数値

さらに、単独決算では過去 40 年間、連結決算では過去 30 年間に継続的に上場している企業のデータのみに基づいて(1)式を推定した結果を検討しよう。図表 15 は、単独決算数値に基づいて(1)式を推定した結果を要約した表である。また、 $\beta_1$ と $\beta_2$ の推移、すなわち、売上原価と販管費それぞれの限界収益率の推移を視覚的に表現すると図表 16 のようになる。

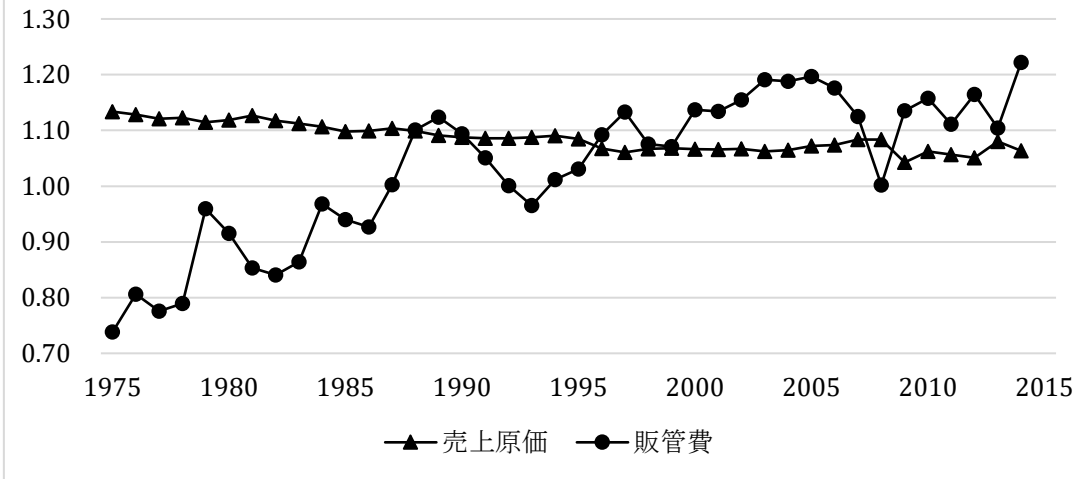
図表 15 継続的にデータが収集可能な企業に基づく(1)式の推定結果（単独決算）

$$SALES_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 COGS_{i,t} + \beta_2 SGA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

年度	$\beta_1$	$\beta_2$	n	年度	$\beta_1$	$\beta_2$	n
1975	1.13	0.74	1,036	1995	1.08	1.03	1,075
1976	1.13	0.81	1,069	1996	1.07	1.09	1,069
1977	1.12	0.78	1,072	1997	1.06	1.13	1,076
1978	1.12	0.79	1,074	1998	1.07	1.08	1,076
1979	1.11	0.96	1,076	1999	1.07	1.07	1,089
1980	1.12	0.92	1,075	2000	1.07	1.14	1,089
1981	1.13	0.85	1,076	2001	1.07	1.13	1,095
1982	1.12	0.84	1,076	2002	1.07	1.15	1,093
1983	1.11	0.86	1,077	2003	1.06	1.19	1,090
1984	1.11	0.97	1,076	2004	1.06	1.19	1,089
1985	1.10	0.94	1,067	2005	1.07	1.20	1,088
1986	1.10	0.93	1,039	2006	1.07	1.18	1,081
1987	1.10	1.00	980	2007	1.08	1.12	1,079
1988	1.10	1.10	988	2008	1.08	1.00	1,075
1989	1.09	1.12	1,047	2009	1.04	1.14	1,070
1990	1.09	1.09	1,061	2010	1.06	1.16	1,071
1991	1.09	1.05	1,064	2011	1.06	1.11	1,065
1992	1.09	1.00	1,072	2012	1.05	1.16	1,063
1993	1.09	0.97	1,076	2013	1.08	1.10	1,064
1994	1.09	1.01	1,068	2014	1.06	1.22	1,052

定数項 $\beta_0$ の推定値については省略した。

図表16 継続的にデータが収集可能な企業に基づく売上原価と販管費の限界収益率の推移（単独決算）



#### 連結決算数値

同じく、図表 17 は、連結決算に基づいて(1)式を推定した結果を要約した表である。  $\beta_1$  と  $\beta_2$  の推移、すなわち、売上原価と販管費それぞれの限界収益率の推移を視覚的に表現すると図表 18 のようになる。

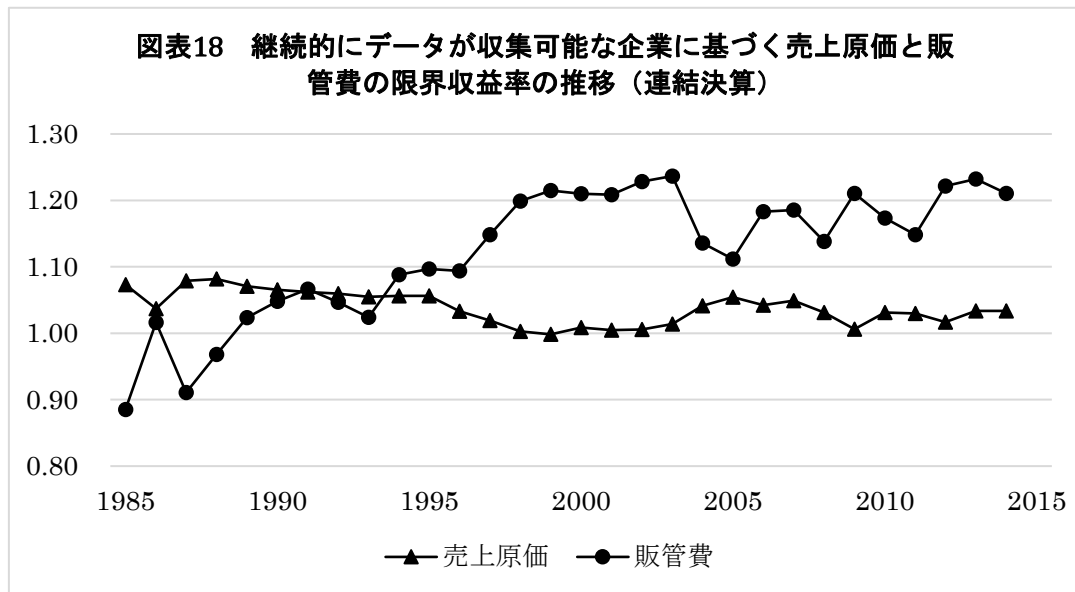
図表 17 継続的にデータが収集可能な企業に基づく(1)式の推定結果（連結決算）

$$SALES_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 COGS_{i,t} + \beta_2 SGA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

年度	$\beta_1$	$\beta_2$	n	年度	$\beta_1$	$\beta_2$	n
1985	1.07	0.89	605	2000	1.01	1.21	663
1986	1.04	1.02	623	2001	1.00	1.21	663
1987	1.08	0.91	585	2002	1.01	1.23	664
1988	1.08	0.97	592	2003	1.01	1.24	663
1989	1.07	1.02	623	2004	1.04	1.14	664
1990	1.07	1.05	631	2005	1.05	1.11	664
1991	1.06	1.07	635	2006	1.04	1.18	663
1992	1.06	1.05	638	2007	1.05	1.19	663
1993	1.06	1.02	639	2008	1.03	1.14	664
1994	1.06	1.09	639	2009	1.01	1.21	663
1995	1.06	1.10	640	2010	1.03	1.17	660
1996	1.03	1.09	637	2011	1.03	1.15	661
1997	1.02	1.15	638	2012	1.02	1.22	662
1998	1.00	1.20	638	2013	1.03	1.23	663
1999	1.00	1.21	660	2014	1.03	1.21	653

定数項 $\beta_0$ の推定値については省略した。

図表18 継続的にデータが収集可能な企業に基づく売上原価と販管費の限界収益率の推移（連結決算）



分析対象期間において継続的に上場している企業であっても、売上原価率の低下と販管費率の上昇がみられる。しかも、売上原価の限界収益率の低下と販管費の限界収益率の上昇もみられる。この結果は、販管費が持つ経営上の重要性が時間の経過とともに増大していることを意味している。

## 6 結論

これまでの分析から明らかなように、売上原価率の低下と売上原価の限界収益率の低下、販管費率の上昇と販管費の限界収益率の上昇が同時にみられる。合理的に経営が行われているならば、限界収益率の低い経営活動から限界収益率の高い経営活動へと経営資源が配分されるはずである。したがって、売上原価の限界収益率の低下が売上原価率の低下をもたらす一方、販管費の限界収益率の上昇が販管費率の上昇をもたらしているとこれまでの分析結果を解釈できる。具体的には、マネジャーは売上原価を構成する原価費目に対する支出を低減させる一方、販管費を構成する原価費目に対する支出を増大させていると考えられる。

これに呼応するように、販管費を構成する研究開発費や広告宣伝費が株価や株式リターンに与える影響は年々増大していることが、先行研究で確認されている(加賀谷 2003; 緒方 2006)。こうした研究結果は、販管費とその管理が、企業価値の源泉としてもその重要性を増しつつあることを示唆している。

売上原価の限界収益率の低下と販管費の限界収益率の上昇が何に起因するのかについては、本報告書の範囲を超える。しかし、これまでの考察から販管費の企業経営上の重要性が高まっていることだけは明らかである。これらの発見は、販管費を重点的に研究する重



要性を示している。

## 参考文献

- 伊藤邦雄. 2006. 『無形資産の会計』中央経済社.
- 緒方勇. 2006. 「日本の製造業企業の広告宣伝投資と研究開発投資が無形資産形成に与える効果の時系列分析」『管理会計学』 14 (1):39-59.
- 加賀谷哲之. 2003. 「無形資産の開示と IR」『一橋ビジネスレビュー』 51 (3):86-101.
- . 2011. 「日本企業の費用収益対応度の特徴と機能」『會計』 179 (1):68-84.
- 桜井久勝. 2014. 『財務会計講義』中央経済社.
- 櫻井通晴. 2011. 『コーポレート・レピュテーションの測定と管理: 「企業の評判管理」の理論とケース・スタディ』同文館出版.
- 平井裕久・椎葉淳. 2006. 「販売費および一般管理費のコスト・ビヘイビア」『管理会計学』 14 (2):15-27.
- 渡邊宏美. 2015. 「ロイヤルティの収益認識」『産業経理』 75 (2):114-126.
- Anderson, M., R. Banker, and S. Janakiraman. 2003. Are selling, general, and administrative costs "sticky"? *Journal of Accounting Research* 41 (1):47-63.
- Augier, M., and D. J. Teece. 2005. An economics perspective on intellectual capital. In *Perspectives on intellectual capital*, edited by B. M. Boston. MA: Butterworth-Heinemann, 3-27.
- Banker, R. D., R. Huang, and R. Natarajan. 2011. Equity incentives and long-term value created by SG&A expenditure. *Contemporary Accounting Research* 28 (3):794-830.
- Dichev, I. D., and V. W. Tang. 2008. Matching and the changing properties of accounting earnings over the last 40 years. *The Accounting Review* 83 (6):1425-1460.
- Edvinsson, L., and M. S. Malone. 1997. *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*. NY: HarperCollins Publisher.
- Guthrie, J. 2001. The management, measurement and the reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual capital* 2 (1):27-41.
- Johanson, U., M. Mårtensson, and M. Skoog. 2001. Measuring to understand intangible performance drivers. *European Accounting Review* 10 (3):407-437.
- Lev, B. 2001. *Intangibles: Management, Measurement, and Reporting*. Washington. D.C.: The Brooking Institution Press.
- Lev, B., L. Cañibano., and B. Marr. 2005. An accounting perspective on intellectual capital. In *Perspectives on intellectual capital*, edited by B. M. Boston. MA: Butterworth-Heinemann, 42-55.
- Lev, B., S. Radhakrishnan, and W. Zhang. 2009. Organization capital. *Abacus* 45 (3):275-298.

- MERITUM. 2001. *MEasuring intangibles To understand and improve innovation management (MERITUM)*.
- Srivastava, A. 2014. Why have measures of earnings quality changed over time? *Journal of Accounting and Economics* 57 (2-3):196-217.
- Venieris, G., V. C. Naoum, and O. Vlismas. 2015. Organisation capital and sticky behaviour of selling, general and administrative expenses. *Management Accounting Research* 26:54-82.