



准教授

君島 美葵子



キミジマ ミキコ

大学院国際社会科学研究院 国際社会科学部門
経営学部 経営学科

kimijima-mikiko-bt@ynu.ac.jp

https://mikiko-work.jimdo.com/

https://orcid.org/0000-0002-4301-8695

管理会計・原価計算
管理会計の仕組みづくり
KPIの設定・管理
製品・顧客別損益計算・分析
会計責任のプロセス

【研究概要】

企業の利益最大化を達成するための管理会計と原価計算の各種技法に関する研究を以下の4視点から行っています。

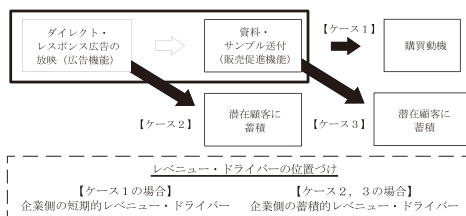
- (1) 販売費及び一般管理費(営業費)の管理会計研究
組織の原価低減は、製造原価のみならず販売費及び一般管理費にも及びます。販売費及び一般管理費の管理を通じて、売上高や原価を戦略的にコントロールし、必要な利益獲得を目指し、収益性を高めるための会計管理を研究しています。
- (2) セグメント別損益計算の研究
社内損益の管理セグメントは、製品(群)、組(事業部など)、顧客と多岐にわたります。これらの管理セグメントで直面する業績評価や意思決定時において利用可能な会計数値の計算方法を研究しています。
- (3) レベニュー・ドライバーの研究
収益発生要因及びプロセスを可視化するための枠組みを研究しています。
- (4) マーケティング・アカウンタビリティの研究
社内のマーケティング活動の費用対効果を測定し、説明する枠組みを研究しています。

【アドバンテージ】

管理会計情報(財務・非財務両方)を通じた「企業の本来の見える化」です。

- (1) 販売費及び一般管理費の管理会計研究
販売費及び一般管理費の会計管理に関する研究蓄積があります。事例研究やアンケートを通じた実態調査から、企業の具体的な販売活動、販売費及び一般管理費の管理に対する情報収集が可能です。
- (2) セグメント別損益計算の研究
販売活動の得意先管理(販売チャネルの管理)は、企業の売上高に直結します。得意先管理を活動レベルから分析し、企業の販売戦略に応じた原価管理を通じた、損益管理方法の研究蓄積があります。
- (3) レベニュー・ドライバーの研究
販売活動やマーケティング活動から収益がどのような要因で発生するのかという枠組みをご紹介します。企業の広告活動を事例として紹介できます。
- (4) マーケティング・アカウンタビリティの研究
近年利害関係者から要請される社内マーケティングへのアカウンタビリティ(会計責任)に関する情報提供が可能です。

【事例紹介】



上図は、ダイレクト・レスポンス広告を用いた販売活動においてレベニュー・ドライバーの可視化を行いました。通信販売を主な販売チャネルとした製造業の事例です。※事例詳細は、主論文の君島(2011a)をご覧ください。

■ 相談に応じられるテーマ

- ・管理会計の仕組み(予算作成・KPI管理など)
- ・会計情報を活用した販売チャネルの管理方法
- ・仕入先・得意先の管理方法
- ・部門別業績評価の段階的利益測定方法の開発
- ・本社費や共通費の配賦方法
- ・管理会計・原価計算の社内教育

■ 主な所属学会

- ・日本会計研究学会
- ・日本原価計算研究学会
- ・日本ダイレクトマーケティング学会
- ・日本地方自治研究学会

■ 主な論文

- ・君島美葵子(2016)「顧客接点としてのコールセンターに対する管理会計適用の一考察—戦略的コールセンター・マネジメントに向けたインタビュー調査—」『横浜経営研究』37(1):182-194。
- ・君島美葵子(2013)「マーケティング活動のアカウンタビリティに対する財務指標の活用」『横浜国際社会科学学研究』17(4/5):95-105。
- ・君島美葵子(2011a)「通信販売における注文獲得費の投入産出関係の測定」『横浜国際社会科学学研究』16(1):19-39。
- ・君島美葵子(2011b)「ダイレクト・レスポンス広告活動におけるレベニュー・ドライバーの検討」『原価計算研究』35(2):62-72。
- ・君島美葵子(2010)「注文履行費計算へのABC導入における支援活動の分類」『横浜国際社会科学学研究』14(6):19-40。

■ 主な著書

君島美葵子(2013)「電子商取引の発展と営業費会計の変容」(中村博之・高橋賢編著『管理会計の変革—情報ニーズの拡張による理論と実務の進展』第5章所収 PP.63-76) 中央経済社 ISBN:9784502488801。