



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は市場が今後急成長すると予測されており、計算していた需要量よりも大幅に多かったにも関わらず、占拠率が少ない結果となっているため、マーケティングをすばいまで強化を図る。

問 3

問 4

(ア) 原価標準を高く設定しすぎると目標営業利益は小さくなり、実際の営業利益が大きくなり、目標を達成できたと勘違いしてしまう。

(イ) 高い原価標準のままでは製造課の問題意識やモチベーションも喚起できず、動機付けの観点から問題がある。

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

販売数量差異は890千円の不利差異となっているが、市場全体の必要量差異が2,225千円不利差異となっているにも関わらず、市場占拠率差異が1,335千円とプラスとなっているので、販売課は市場での占拠率を上げるのに成功したといえる。貢献利益に貢献している。



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
6072 個	C	90,700 千円
エ	オ	カ
1,983 個	9,600 個	1,081,013 千円

設問 2

製品Bの1時間あたり貢献利益は4.8千円/分であるが、製品Cの1時間あたり貢献利益は5.16千円/分であるため、製品Cをより多く作ったほうがよい。

設問 3

製品Cを最大限作成すると1,920時間かかるので、製品Aを製作後6,400時間から3,885時間を引いた2,515時間からCに必要な1,920時間を引くと595時間残る。1つあたり製品Bは(8分)かかるため1983個製作できる。

設問 4

①	②
マテリアル70-コスト	仕損品

設問 5

品質検査を行う。