

比較損益計算書				
年度	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2020	1,000	45	42	28
2021	1,100	44	40	27
2022	1,180	38	35	23
2023	1,250	35	33	22
2024	1,300	33	31	21

財務指標			
年度	売上高営業利益率(%)	月商比現金預金(月)	債務償還年数(年)
2020	4.5	1.2	5.0
2021	4.0	1.0	5.8
2022	3.2	0.9	6.5
2023	2.8	0.85	7.0
2024	2.5	0.8	7.5

比較貸借対照表						
年度	現金預金	売掛金	棚卸資産	固定資産	借入金	純資産
2020	100	120	80	200	180	320
2021	95	130	85	220	200	330
2022	90	140	90	240	230	330
2023	85	145	100	270	250	350
2024	80	150	110	300	280	360

商工リサーチが発表する業界レポート、あるいは上場している同業他社のIR情報と取引先のトレンドを比較する。例えば、業界全体が10%成長している中で、取引先の成長が5%にとどまっている場合、それは「順調」ではなく「遅調」ではない。取引先の実態を適切に把握するためには、単に決算書の財務分析を行うだけでなく、業界の成長軌道に乗れていよう。そこで、既存商品の陳腐化や価格競争力に問題を抱えている。あるいは主力市場が成熟期に入つており、いかにして次の収益の柱(新規事業・新市場)を育てるかが課題となっているといったケースも多々ある。

このように、売上高の分析がいま、何に直面しているのか」という業況の実態と経営課題を具体的に想定することが重要である。

2 営業利益

稼ぐ仕組みのボトルネックを特定する

商工リサーチが発表する業界レポート、あるいは上場している同業他社のIR情報と取引先のトレンドを比較する。例えば、業界全体が10%成長している中で、取引先の成長が5%にとどまっている場合、それは「順調」ではなく「遅調」ではない。取引先の実態を適切に把握するためには、単に決算書の財務分析を行うだけでなく、業界の成長軌道に乗れていよう。そこで、既存商品の陳腐化や価格競争力に問題を抱えている。あるいは主力市場が成熟期に入つており、いかにして次の収益の柱(新規事業・新市場)を育てるかが課題となっているといった

く、数字の変動から「経営者がいま、何に直面しているのか」という業況の実態と経営課題を具体的に想定することが重要である。

売上高は事業の規模を示す最も基本的な指標だが、決算書から読み取れる「前期比プラス・マイナス」だけを見ても本質は見えてこない。売上高分析においては、5年程度の長期時系列で推移をグラフ化し、その数字がどのように変化されたかを検証すると、それが具体的にどのようにして売上を立てているのか、それが把握できていないことが多い。取引先が具体的にどのようになって売上を立てているのか、その「輪郭」すらあいまいにしてしまう。金融機関の担当者は取引先が具体的にどのようになって売上を立てているのか、その「輪郭」すらあいまいにして売上を立てているのか、それが把握できていないことが多い。取引先の実態を適切に把握するためには、単に決算書の財務分析を行うだけではなく、業界全体がマイナス成長の中でも横ばいあるいは成長しているならば、そこには特筆すべき強みが隠されているはずだ。こうした点も漏れなく把握しておきたい。

一方で年度ごとの変動が激しい場合は、公共事業への依存、大型スポット案件やシステム開発など、特定の大型案件の受注有無に業績が左右されるフロー型のビジネスモデルだと考えられる。そのため、経営者の最大の関心事は、次の大案件の獲得であり、高分析においては、5年程度の長期時系列で推移をグラフ化し、その数字がどのように変化されたかを検証すると、それが具体的にどのようになって売上を立てているのか、それが把握できていないことが多い。取引先が具体的にどのようになって売上を立てているのか、その「輪郭」すらあいまいにして売上を立てているのか、それが把握できていないことが多い。取引先の実態を適切に把握するためには、単に決算書の財務分析を行うだけではなく、業界全体がマイナス成長の中でも横ばいあるいは成長しているならば、そこには特筆すべき強みが隠されているはずだ。こうした点も漏れなく把握しておきたい。

売上高については、「推移がどうなっているか」「変動が激しいかどうか」など、トレンドの「形」からおおよその事業特性をつかむことができ、それが具体的にどのようになって売上を立てているのか、それが把握できていないことが多い。

一方で年度ごとの変動が激しい場合は、公共事業への依存、大型スポット案件やシステム開発など、特定の大型案件の受注有無に業績が左右されるフロー型のビジネスモデルだと考えられる。そのため、経営者の最大の関心事は、次の大案件の獲得であり、高分析においては、5年程度の長期時系列で推移をグラフ化し、その数字がどのように変化されたかを検証すると、それが具体的にどのようになって売上を立てているのか、それが把握できていないことが多い。取引先が具体的にどのようになって売上を立てているのか、その「輪郭」すらあいまいにして売上を立てているのか、それが把握できていないことが多い。取引先の実態を適切に把握するためには、単に決算書の財務分析を行うだけではなく、業界全体がマイナス成長の中でも横ばいあるいは成長しているならば、そこには特筆すべき強みが隠されているはずだ。こうした点も漏れなく把握しておきたい。

1 売上高

事業の輪郭と市場での立ち位置を再確認する

社長への質問に向け定量面ではこの情報を押さえておこう

小橋一輝 OREZ.Financial Consulting/
銀行取引アドバイザー

ここでは、取引訪問前に調べておいた定量化情報を四つ取り上げて解説する。