

【調査報告書の見方6】

調査報告書は、企業の与信管理を行う上で参考となる資料です。既往の業績・収益状況の概要を知る上で必要なデータが掲載されています。

秘								
既往業績・収益状況								
決算月	売上高 (千円)	伸率%	利益金(千円)	売上利益 率(%)	人員	1人当りの月間 売上高(千円)	配当 (%)	
2007年2月 (平成19年)	3,229,464		10,430	0.32	105	2,563	0	
2008年2月 (平成20年)	2,370,500	▲26.60	9,653	0.41	100	1,975	0	
2009年2月 (平成21年)	2,241,423	▲5.45	2,467	0.11	100	1,868	0	

既往の業績概要

明治45年に桐箆管製造を目的に個人創業、当地区を代表する老舗店としての相応の基盤と高い知名度を有している。

平成20年2月期は商圏内に大手家具販売店が進出してきたことで競合が激化したが、お客様向けセール開催及びオリジナル製品の開発とPRに努めたことで従来の顧客の確保に努めたものの前年対比26%内外の減収に終わった。

平成21年2月期は景気後退の影響を受け、前年に引き続き減収。ただし諸経費の圧縮に努めたことで最終利益はどうか黒字を確保した。

最近の業績推移

期	売上	利益
200702	3,229,464	10,430
200802	2,370,500	9,653
200902	2,241,423	2,467

項目	売上高 (千円)	伸率%	営業外費用 (千円)	営業外利益 (千円)	その他 (千円)	経常利益 (千円)	伸率%
最近の平均収益状況	186,000		1,300	300	0	500	
売上原価	115,000	61.80%					
売上総利益	71,000	38.20%					
一般管理販売費	69,500	36.80%					
営業利益	1,500	0.80%					

収益の概要

最近の平均月商は186,000千円内外と昨年並みの推移を維持している。

粗利率は地域有力店による強みを活かして38%台を確保し、圧縮に努める管販費を差引くと営業利益段階では0.8%程度の僅少な利益計上となっている。

ただ、月商の5ヶ月分におよぶ借入金の金利負担は大きく営業外収益を加えても経常利益段階ではコンマ以下の推移を余儀なくされている。

最近の収益状況

項目	金額	割合
売上原価	115,000	61.80%
管販費	69,500	36.80%
営業外費用	1,300	0.70%
営業利益	1,500	0.80%
売上高	186,000	

- ・直近の業績と判明している過去3期以上の売上高と利益状況、1人当たりの月間売上高、及びその背景についてのコメントと業績推移グラフを掲載しています。
- ・売上や利益動向をチェックすることで、将来性や安定性を判断することができます。
- ・また、事業規模などによって変化しますが、1人当たりの平均売上高は、製造業で200万円内外、卸売業で400万円内外、小売業で300万円内外が目安となります。
- ・コメントを精読することで、売上や利益の変化について、その要因を把握することができます。

- ・最近の平均収益状況とその内容についてのコメント、収益状況グラフが掲載されています。
- ・調査対象企業の直近の収益状況を把握する上で重要な部分です。事業規模や取扱商品、経営手法などによって変化しますが、平均的な売上総利益(粗利)率は、製造業で22~25%、卸売業で25%、小売業で35~40%内外です。ただ、製造業の場合は自社製品中心かOEM中心か、仕入完成品の取り扱いの有無など、卸売業の場合は輸入商品(コンテナ)中心か国内商品中心か、販売先が大手中心か中小中心か(特に百貨店中心の場合マネキンの有無で粗利が変化します)など、小売業の場合有店舗か無店舗かなどによって大きく変化します。
- ・大切な点は、営業利益の段階で通常は5%程度の利益を確保しておく必要があり、その利益捻出が本業で確実になされているかどうか確認する必要があります。