

重要な視点

経営指標分析（率分析）と

成長分析（Up Down 方式分析）との違い

率分析

率には「分母と分子」がある。営業利益 ÷ 売上 = 営業利益率

経営指標分析ではこの算式の答え粗利益率を収益力の重要な判断指標としている。

営業利益率が高い方が（他の会社に比較して）良いと。

あるいは去年に比較して率が上がれば収益力が良くなったと評価する。

Up Down 方式分析

ところで、Up Down 方式経営分析では

分母と分子の「前年比で増減」を問題とする。

増と増を成長、増減チグハグを停滞、減と減を衰退と断定している。

売上と営業利益の両者が増加した時を良としているのだ。

新経営分析提案者としては、次の点を指摘しておきたい。

黒字企業 33%（国税庁）が現状であるため、67%の赤字企業、つまり多くの企業にとっては Up Down 方式経営分析、Up Down 方式決算評価は少々厳しすぎるかもしれないのだ。

つまり「停滞」「衰退」の評価が出やすいのだ。

赤字がたびたび訪れる中小企業は「常時費用削減」「小さな会社化」「利益計上」「借入金減少」「不動産運用などの本業以外の収益志向」などに行かざるを得ない現状があると言えるだろう。つまり、衰退、じり貧でも「利益さえ出していれば」という思考にならざるを得ないのかもしれない。

率分析（経営指標）は、衰退局面でも「良」という評価が出る場合がある。

そのため、「利益さえ出し続ければ、会社は安泰」という誤った認識に陥りやすい。

一方では、税を重い支出と考え、「節税策」を採用しやすい。

実は利益至上主義の反面的志向と考えられる。

「節税策」は税を払いながら社内留保つまり貯蓄を増やすという王道に欠ける危険がある。開発などの先行投資ならまだしもムダ使いや浪費に走る危険性があるということを意味する。

中小企業にとっては、現実をあからさまにする耳に痛い「Up Down 方式評価」が必要と考える。