

外から眺めただけでも「会社の動向」が分かる。

究極の二項目増減分析とは？

「会社の実情は決算書(財務諸表)を見ないと分からない」と多くの「決算書の読み方本」の最初に書いてある。(このホームページでも述べている)

そこから、決算書の読み方の説明に入り、さらに決算書の分析方法として様々な経営指標の説明に入る。

ところで、経営分析や決算書の読み方以前に「経営の好景気の予兆」を感じることが出来ればそれに越したことは無い。経営の不調もそうだ。あたかも「顔色が優れない」「元気がない」「脈が乱れている」というような人の健康状態の見方のように。

今までもそのような見方は存在した。会社の好調を感じる「感じ方」を会社の表面を見て述べる方法である。

- A「最近働く人が多くなったね」
- B「最近お客の数が多くなったね」
- C「最近会社の夜間営業が多くなったね」
- D「最近新しい機械が増えたね」
- E「最近商品が増え山積みになっているね」

などなどである。

そこで、経営指標に新しい視点を提示した「新経営分析・二項目増減分析(Up Down 方式経営分析)」の方法を外見的診断に応用したらどうだろう。

A～E までの事象を「複数 (あるいは二個)」覚知したら、「会社の“好”景気」を推察・断定をして良いのではないか、ということである。

その取り合わせは多いほど確かなものとなる。

多くの場合「決算書項目の増加」は目に見える事象となって表れるからだ。

我々は、いや世間は「ある一つの事象」をもって会社の景気を話す場合が多い。

複眼的経営分析の方法を目に見える観察法にまで応用すると、経営や経済がより説明しやすくなる。

「収入は増えたが暮らし向きは悪くなった」「給料は増えたが食費は減った」などなどこのフレーズには無意識に使われている。

経営説明にも、もっと多用しても良いと思うのである。