

参謀役シリーズ for 弥生会計

「利益感度分析」の 見方・ポイントのご案内

バージョン 1.0



利益感度分析とは

利益感度分析は、「価格、数量、原価、経費」の各要素が変動したときに利益に対してどれだけ影響を与えるか分析するものです。

例)

変動損益計算図表

売上高 1,000 (価格×数量)	変動費 700 (原価×数量)	
	粗利益 300 (価格-原価)×数量	固定費 250 (経費)
		経常利益 50



利益感度分析

要素	計算式	感度比率	感度順位	やさしい順
価格	経常利益÷売上高 (50/1,000)	5.0%	1	4
数量	経常利益÷粗利益 (50/300)	16.7%	3	3
原価	経常利益÷変動費 (50/700)	7.1%	2	2
経費	経常利益÷固定費 (50/250)	20.0%	4	1

利益感度分析の基礎①

利益感度分析の目的

利益感度分析の目的は、「利益を増やすためにはどの部分から手を付ければ一番効果的か」把握することです。

利益を改善するには、4つの要素(戦略)があります。

- ①価格(販売単価を上げる)
- ②数量(販売数量を増やす)
- ③原価(原価を下げる)
- ④経費(経費を削減する)

価格や数量、経費の変動があった場合、どの要素が最も利益に敏感(与える影響が大きい)かを把握します。

利益感度分析の基礎②

感度比率の意味と計算式

感度比率は、各要素に占める経常利益の割合ですが、その数値は「どれだけ変動すると、利益がなくなるか?※」を表しています。(※赤字の場合は、どれだけ変動すると赤字がなくなるかを表します。)

例えば「価格」の感度比率が5%の場合、販売単価が5%下がると、利益がなくなる事になります。

感度比率を算出することで、「利益改善に与える影響度の大きさ」を数値化し、把握できます。

利益感度分析の基礎③

感度比率を基に、感度順位を把握する

感度順位は、利益に敏感な順位。つまり、少しの変動で利益改善に与える影響度の大きい順番です。

感度比率の数値が小さいものほど利益に敏感なので、感度順位は計算式の結果を基に決まります。

利益感度分析の基礎④

やさしい順を加味し、どこから手を付ければ効果的か把握する

やさしい順は、取り組みやすさの順番です。経費→原価→数量→価格の順番になります。

価格は常に感度順位が1番になりますが、やさしい順では4番になります。

利益改善を図る際に、「経費削減」から手を打ちがちです。その理由は、経費のやさしい順が1番だからです。

しかし、経費の感度順位が低い場合は、経費削減が利益改善に与える影響は小さく、あまり効果的ではありません。

利益感度分析をすることで、感度順位とやさしい順を加味して、どこから手を付ければ効率的に利益改善を図れるかを把握できます。

利益感度分析のよくある質問

価格＝売上高、数量＝粗利益、原価＝変動費 の関係性について

通常、各要素の金額は、以下の計算式で求められます。

売上高＝販売単価×販売数量

変動費＝原価×販売数量

粗利益＝(販売単価－原価)×販売数量、

売上高 (価格×数量)	変動費 (原価×数量)	
	粗利益 (価格－原価)×数量	固定費 (経費)
	経常利益	

利益感度分析では、「価格または数量どちらの変動が利益に与える影響が大きいか？」といった分析を行うので、各要素で変動するのは「価格」または「数量」のどちらか一方のみ、もう一方は変動しないと仮定した場合のシミュレーションをします。

例えば、売上高は価格×数量ですが、数量が増減すると変動費も増減するため、売上高のみを増減させる要素は「価格」となります。

一方、粗利益は(価格－原価)×数量ですが、価格と原価の変動は売上高と変動費で感度比率が求められるので、粗利単価の変動は考慮しません。

単価が固定されているので、粗利益を増減させる要素は「数量」となります。

利益感度分析の応用

利益感度分析を活用した利益シミュレーション

「価格」や「数量」は帳簿に載らないですが、利益感度分析を行うことにより、売上原価を下げるのが効果的なのか、販売数量を増やすのが効果的なのか、各要素の変動が利益に与える影響をシミュレーションできます。

決算参謀では、価格と数量どちらも変動した場合の利益シミュレーションも可能となっています。

■ 要素別変動率による利益シミュレーション（※要素が減少する場合は変動率にマイナス符号を付けて記入）								
I 価格変動率による利益増減額 ①								
価格	▶	価格変動率 +2.0%	×	売上高 1,000	=	価格による増減額 +20		
II 原価変動率による利益増減額 ②								
原価	▶	原価変動率 +2.0%	×	変動費 700	×	-1 (+/-の符号を反転)	=	原価による増減額 △14
III 数量変動率による利益増減額 ③								
数量	▶	数量変動率 +2.0%	×	粗利益 300	+	① + ② +6) =	数量による増減額 +6
IV 経費変動率による利益増減額 ④								
経費	▶	経費変動率 +0.0%	×	固定費 250	×	-1 (+/-の符号を反転)	=	経費による増減額 +0
合計		シミュレーション後利益 62	◀◀◀	経常利益 50	+	① + ② + ③ + ④ 利益増減額合計 +12		

「原価」がやさしい順で2番(経費を除くと1番)なので、粗利益を増やすには、原価を下げて粗利益率を上げるのが一番と考えがちですが、より効果的な方法はないかなど、各要素の施策の効果を利益シミュレーションすることが可能です。

参謀役シリーズ 利益感度分析の見方・ポイント
(Version 1.0)

- ・初版 2021年8月
- ・発行所 プロ・ビジョン株式会社
〒810-0013
福岡市中央区大宮 1-5-30 3F
<http://www.p-vision.net>
- ・ご注意 ①本書の内容の一部または全部を無断転載することは禁止されています。
②本書の内容に関しては訂正・改善のため、将来予告なしに変更することがあります。