



Power Alliance Tax Accountant Office  
パワーアライアンス税理士事務所

News

編集発行人

パワーアライアンス税理士事務所  
税理士 若杉 治  
〒151-0073  
東京都渋谷区笹塚3-37-1  
第1花井ビル2F  
TEL 03 (5365) 4744(代)  
FAX 03 (5365) 4745  
E-mail info@wakasugi.zei-mu.net

## ◆ 8月の税務と労務

8月

(英月) AUGUST

11日・山の日

国 税／7月分源泉所得税の納付 8月12日

国 税／6月決算法人の確定申告(法人税・消費税等)

9月1日

国 税／12月決算法人の中間申告 9月1日

国 税／9月、12月、3月決算法人の消費税等の

中間申告(年3回の場合) 9月1日

国 税／個人事業者の消費税等の中間申告 9月1日

地方税／個人事業税第1期分の納付

都道府県の条例で定める日

地方税／個人住民税第2期分の納付

市区町村の条例で定める日

| 日  | 月  | 火  | 水  | 木  | 金  | 土  |
|----|----|----|----|----|----|----|
| .  | .  | .  | .  | .  | 1  | 2  |
| 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31 | .  | .  | .  | .  | .  | .  |



**協調支援型特別保証制度** 物価高や人手不足などの影響を受けている中小企業者向けに、今年春からスタートした新しい保証制度。申込金融機関から、本制度による保証付き融資の実行と原則同時に本保証付き融資額の1割以上のプロパー融資を受けることなどが要件。保証申込日に応じて、国による信用保証料の一部補助が受けられます。

# やさしくわかる 経営分析

経営学者のピーター・ドラッカーは「経営分析は企業のレントゲンである」と言っています。体調不良で病院に行くと、レントゲン検査等いろいろな検査をします。それを基により深く身体の状態を調べ、計画を立て、改善していきます。

経営分析も同じです。決算書を読み、経営指標に照らし合わせて問題点を見つけ、将来はどうなりそうかを検討すること、それが経営分析の内容です。

## 経営分析を学ぶ

経営分析では、決算書の数字を実際に計算していくと理解しやすくなります。ここでは「会社四季報」【図1】を使います。

さて、分析には「自己資本比率」等の経営指標を示す用語も出てきますが、それは企業の長所短所を示す物差しです。そして、自己資本比率が高いかどうかは、一般的な水準や業界の標準、あるいは同業他社と比べて判断します。従って、ある会社の現状を知るには、先ず同業他社と比較することになります。他社との相違点はどこか、その理由は何か考えられるか、相違する理由を挙げていきます。「多分、このためだろう」と仮説を立て、それを確かめていく、それが経営分析の前身です。

では、実際に2社、3期間の経営分析をしてみましよう。アサヒビールとサッポロビールを比較し、両社の違いについて仮説を立てて検討します。

ここまでの説明を以下、5つの切り口で分析していきます。

## 【図2参照】

### (1) 成長性について

会社の成長性という場合、一般には売上高の成長を示します。ポイント、前年からの売り上げ成長を見るだけでなく、数年分（3年～5年程度）の中期データを利用することです。

サッポロビール（以下、S社）の22年12月期は4800億円、23年は5200億円、24年は5300億円。22年～24年の成長性は約10%です。一方、アサヒビール（以下、A社）は16%の成長です。

数年の中期データにより、そのトレンドで分かることがたくさんあります。

### (2) 収益性について

収益性は、どれくらい儲かっているかを示します。その中で、企業がどれだけ努力し成果に結びつけたかを示すのが、営業利益です。代表的な収益性指標としては売上高営業利益率（営業利益÷売上高×100）があります。

S社は22年2・1%、23年2・3%、24年2・0%。A社は8・6%↓8・8%↓9・2%です。A社とS社の差がかなりあります。

りますが、A社の利益率が高いのではなく、同じ業種の中でS社が低いのが原因です。

### (3) セグメント情報について

大企業は複数の事業を展開しています。こうした各々の事業は事業セグメントと呼ばれます。

S社の酒類73は売上げに示す酒類の売上構成比を表し、カッコ内の1は酒類の営業利益率です。【図1 連結事業参照】

S社のセグメント情報によると、同社不動産事業の利益率が高く、図1では読み取れませんが、他の資料からS社は全体の利益の50%近くが不動産の賃貸料となっています。

セグメント情報を見ていくと、社名から受けるイメージと実際の利益を稼ぐ事業が異なる場合も珍しくありません。

### (4) 安全性について

安全性の分析は一時的な赤字発生でも、会社が揺らがないかどうかを見る経営指標です。

代表的な指標に自己資本比率（自己資本÷総資産×100）があり、自己資本比率は高いほど、安全性が高い（A社VS社）ということになります。

(5) キャッシュフローについて  
 キャッシュフロー計算書は、営業、投資、財務の3つに分かれ、各キャッシュフロー（CF）のプラスはキャッシュイン（資金流入）、マイナスはキャッシュアウト（資金流出）を示します。まずチェックすることは、毎年、営業CFがプラスかどうか、つまり本業でキャッシュを稼いでいるかどうかです。次いで、投資CFや財務CFに異常な変化がないか。これらがプラスでもマイナスでも、営業CFを上回る大きな数字になっていないか、あるとすればその原因は何か、を探ります。S社、A社ともお金はきちんと流れています。

(6) その他、規模について  
 通常、経営分析では企業規模そのものは取り上げません。しかし、社会における存在感を示す意味があります。規模の指標としては直近の売上高と総資産を用います。場合によっては従業員数も使います。売上はA社がS社の5・5倍、従業員数が4・4倍ですからだいたい4・5倍の差があるということになります。

【図1】会社四季報・2025年2集より抜粋

|                   |            |               |             |                   |                        |                      |
|-------------------|------------|---------------|-------------|-------------------|------------------------|----------------------|
| 年月【資本異動】<br>87.11 | 公2000万株    | 【株式】1/31      | 78,794千株    | 【株主】<br>日本マスター信託口 | 5<br>(27)、他0<br>(1604) | 2501<br>サッポロホールディングス |
|                   |            | 時価総額          | 6,242億円     |                   |                        |                      |
|                   |            | 【財務】〈◇24.12〉  | 百万円         |                   |                        |                      |
|                   |            | 総資産           | 664,963     |                   |                        |                      |
|                   |            | 自己資本          | 196,030     |                   |                        |                      |
|                   |            | 自己資本比率        | 29.5%       |                   |                        |                      |
|                   |            | 資本金           | 53,887      |                   |                        |                      |
|                   |            | 利益剰余金         | 65,268      |                   |                        |                      |
|                   |            | 有利子負債         | 205,113     |                   |                        |                      |
|                   |            | 【指標等】〈◇24.12〉 |             |                   |                        |                      |
| ROE               | 4.1% 予5.6% |               |             |                   |                        |                      |
| ROA               | 1.2% 予1.7% |               |             |                   |                        |                      |
| 【業種】飲料            |            | 【キャッシュフロー】    | 億円          |                   |                        |                      |
|                   |            | 営業CF          | 361 ( 454)  |                   |                        |                      |
|                   |            | 投資CF          | ▲58 (▲164)  |                   |                        |                      |
|                   |            | 財務CF          | ▲253 (▲271) |                   |                        |                      |
|                   |            | 現金同等物         | 241 ( 172)  |                   |                        |                      |
| 【業績】(百万円)         |            | 売上高           | 営業利益        | 【本社】東京都           |                        |                      |
| ◇22.12            |            | 478,422       | 10,106      | 【従業員】6,402名       |                        |                      |
| ◇23.12            |            | 518,632       | 11,820      |                   |                        |                      |
| ◇24.12            |            | 530,783       | 10,416      |                   |                        |                      |

【図2】経営分析のまとめ

|                                            | サッポロ (S社)                                    | アサヒ (A社)                                         |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| (1) 成長性<br>売上高中期成長トレンド                     | (億円)<br>4,800⇒5,200⇒5,300<br>(10%)           | (兆円)<br>2.5⇒2.8⇒2.9<br>(16%)                     |
| (2) 収益性<br>売上高営業利益率                        | 2.1%⇒2.3%⇒2.0%                               | 8.6%⇒8.8%⇒9.2%                                   |
| (3) セグメント情報<br>事業、地域ごとの売上・利益構成比            | 商品 (各%)<br>酒類73 (1)、食品飲料22 (4)、<br>不動産5 (27) | 地域 (各%)<br>日本46 (10)、欧州27 (8)、オセ<br>アニア24 (11)   |
| (4) 安全性<br>自己資本比率                          | 29.5%                                        | 49.4%                                            |
| (5) キャッシュフロー<br>営業、投資、財務各CFの流れは健全か、異常な動きは？ | (億円)<br>営業CF 360<br>投資CF ▲60<br>財務CF ▲250    | (億円)<br>営業CF 4,000<br>投資CF ▲1,200<br>財務CF ▲2,700 |
| (6) その他、規模<br>売上高、従業員数                     | (億円) (名)<br>売上 5,300<br>従業員 6,400            | (兆円) (名)<br>売上 2.9<br>従業員 28,200                 |

## スキマバイトの活用

直近1年以内のスキマバイト経験などから推計した「スキマバイト人口」は、全国で452万人でした（パーソル総合研究所調査）。

スキマバイトとは、スマホアプリなどで働く時間や場所、給与などをマッチングして、長期雇用契約を結ばず、数時間や1日単位の短時間で働くことです。

人手不足や物価高騰等を背景に近年、スキマバイトは急速に拡大しています。仕事の内容は「軽作業系」、「接客・サービス系」、「配送・物流・運搬職」など、未経験でも始めやすい仕事を中心です。

同調査で、企業側にスキマバイト人材を今後活用したいかを問うと、既に活用した経験のある企業のうち63.0%が、活用経験のない企業では45.0%が「活用したい」と答えています。

仕事内容では、特に親和性の高い小売・

サービスや運輸・倉庫業界において、人材確保の新たな方法として定着しそうです。

企業側はスキマバイト活用のメリットに「繁忙期や欠員発生時だけ雇うことが出来る」、「正社員やレギュラーバイトにスカウトできる」、「人材確保が容易」などを挙げています。

一方、デメリットには、「仕事を教えるのが大変」、「人物像やスキルが事前に分からない」、「業務が限定的になる」などが挙げられています。

また連合（日本労働組合総連合会）の調査によると、スキマバイト経験者のうち46.8%が「トラブルを経験した」と回答。

なお、商品・サービスの品質が低下する、情報漏洩のリスクがあるという声も上がっています。

企業側はこれらのメリットとデメリットを認識したうえで、スキマバイトの活用を検討する必要があるでしょう。

## 暑い夏にもオススメ 効果的な入浴の方法

お風呂や温泉は日々の疲れを癒すだけでなく楽しみの一つでもあります。入浴方法について、いくつか紹介します。

大切なのが湯温です。熱いお風呂でスッキリしたい気持ちはわかりますが、しかし熱い湯に入ると自律神経が交感神経にシフトするので、体が緊張して血管も収縮するため血流は悪くなってしまいます。

そこで、「毎日、40℃以下のお湯に約10分の全身浴」をお勧めします。40℃以下のちょっとぬるめのお湯は、副交感神経にシフトさせ、血管を拡張し血流を良くし、老廃物の排出を促し、心身ともにリラックスさせる効果があります。

湯船につかる時間も冬場などは15分ほどでもいいですが、あまりの長湯はのぼせて事故に繋がったり、油分が流出して乾燥肌の原因にもなります。

なお、興味のある方は、日本入浴協会の「入浴検定」に挑戦してみてください。

### 陸稲栽培

政府備蓄米が放出されても、コメの店頭価格は2年前の倍近くの高止まりが続きました。コメは田んぼで作るのが常識ですが、北海道畑作農家の1さんは、陸稲栽培に挑戦しています。畑に水稲用の種子を直接まき、稲刈りも小麦用機械で行います。苗づくりや田植えの作業がなく、水の管理もないため、

機械投資や生産コストが大幅に抑えられます。初年度の2023年は10アールの畑で粳600キログラムの収量。2年目の24年は40アールに広げ、水田用除草剤を使えることも確認しました。肝心の食味は、仲間による評価は上々でした。近隣の酪農家も、飼料や敷料として稲わらを自賄いするため陸稲栽培に挑戦する人も出ています。