

# 自社売上データ分析レポート

作成日: 2025年9月1日

分析担当: Gemini アナリスト

## 1. エグゼクティブサマリー

本レポートは、提供された自社売上データを基に、業績の現状を多角的に分析し、今後の収益性向上に向けた戦略的な提言を行うことを目的とします。

総括:

年間の総売上は約8,867万円、総利益は約1,601万円となり、\*\*全体の利益率は18.1%\*\*でした。業績は年間を通じて比較的安定しているものの、地域別・商品別の収益性には大きなばらつきが見られます。特に、大阪と福岡は高い利益率を誇る一方、売上規模が最大の東京と名古屋は利益率に深刻な課題を抱えています。

主要な分析結果:

- 高収益地域: \*\*大阪支店(利益率31.8%)と福岡支店(利益率26.7%)\*\*が全社の収益を牽引しています。
- 課題地域: 東京支店は売上規模が最大(約2,438万円)であるにもかかわらず、\*\*利益率は4.9%\*\*と著しく低迷しています。\*\*名古屋支店(利益率9.3%)\*\*も同様に改善が必要です。
- 商品パフォーマンス: 全商品、売上規模は1,700万円台で均等ですが、利益率では\*\*商品E(20.5%)と商品A(20.0%)\*\*が優れています。
- 月次トレンド: 年間を通じて売上は安定していますが、12月に利益が最も高くなる傾向が見られます。

戦略的提言:

- 最優先課題として東京・名古屋の利益率を改善する:
  - 売上が最も大きい東京支店のコスト構造を徹底的に見直し、利益率の高い商品(E, A)の販売比率を高める戦略を実行する。
- 成功事例(大阪・福岡)を横展開する:
  - 大阪・福岡支店の高収益モデル(営業戦略、コスト管理等)を分析し、ベストプラクティスとして他地域へ展開する。
- データに基づいた商品ポートフォリオの最適化:
  - 利益率の高い商品E・Aの販売を強化し、全社的な商品ミックスの改善を図る。

## 2. 全体業績分析

### 2.1. 業績サマリー

- 総売上: 88,668,257円
- 総利益: 16,010,506円
- 全体の利益率: 18.06%

### 2.2. 月別売上・利益の推移

- 売上: 年間を通じて7,000万円台で安定していますが、9月に一度ピークを迎えています。
- 利益: 12月に年間最高益を記録しており、年末商戦が寄与している可能性が高いと考えられます。

## 3. 地域別業績分析

### 3.1. 地域別 売上・利益率

| 地域  | 売上                 | 利益         | 利益率           |
|-----|--------------------|------------|---------------|
| 大阪  | 14,882,000円        | 4,735,799円 | <b>31.82%</b> |
| 福岡  | 20,914,787円        | 5,584,924円 | <b>26.70%</b> |
| 京都  | 17,624,862円        | 3,486,506円 | 19.78%        |
| 名古屋 | 10,866,828円        | 1,014,499円 | 9.34%         |
| 東京  | <b>24,379,780円</b> | 1,188,778円 | 4.88%         |

### 3.2. 分析と考察

- 収益性の二極化: 大阪・福岡が非常に高い収益性を誇る一方で、東京・名古屋は全社平均を大きく下回っています。
- 東京の課題: 東京は売上トップでありながら、利益貢献度は極めて低いです。これは、高い販売コストや不採算取引が原因である可能性が考えられ、詳細な調査が必要です。売上規模を利益に転換できていない点が、経営上の最重要課題と言えます。

## 4. 商品別業績分析

### 4.1. 商品別 利益率

| 商品  | 売上          | 利益         | 利益率           |
|-----|-------------|------------|---------------|
| 商品E | 17,898,717円 | 3,670,041円 | <b>20.50%</b> |
| 商品A | 17,385,312円 | 3,477,699円 | <b>20.00%</b> |
| 商品B | 17,678,469円 | 3,202,347円 | 18.11%        |
| 商品D | 17,772,720円 | 3,075,705円 | 17.31%        |
| 商品C | 17,933,039円 | 2,584,714円 | 14.41%        |

## 4.2. 分析と考察

- 均等な売上構成: 5つの商品は、いずれも1,700万円台の売上規模で、特定商品への依存はなく、安定したポートフォリオと言えます。
- 利益率の差: 最も利益率の高い商品Eと、最も低い商品Cとの間には約6%の差があります。この差が生まれる要因(原価、価格設定、販売チャネル等)を分析し、低利益率商品の改善を図る必要があります。

## 5. 結論と今後のアクションプラン

本分析により、当社の収益構造における強みと弱みが明確になりました。今後は、以下の戦略的アクションプランを実行し、全社的な収益性向上を目指すべきです。

- 短期(～3ヶ月):
  - 東京支店の緊急調査: 利益率が低い原因(コスト構造、価格設定、取引条件等)を特定するためのタスクフォースを設置する。
  - 成功事例のヒアリング: 大阪・福岡支店のマネージャーから高収益の要因をヒアリングし、ナレッジを形式知化する。
- 中期(～6ヶ月):
  - 東京・名古屋の改革実行: 調査結果に基づき、コスト削減や商品ミックスの最適化、価格改定などの具体的な改革プランを実行する。
  - ベストプラクティスの全社展開: 大阪・福岡の成功事例を他地域に展開するための研修やマニュアルを作成・実施する。
  - 利益率を重視したKPI導入: 営業評価に「利益率」や「利益額」の項目を加え、全社的に利益を追求する文化を醸成する。