

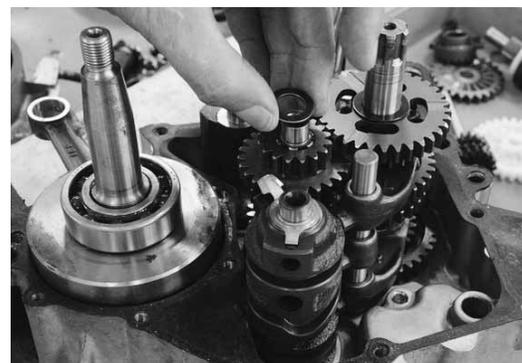


決算だったように、円安はこれらの企業にとってはプラスだ。つまり、製造した部品の納品先である自動車メーカーが原材料のコスト増を買取価格に反映してくれれば、下請企業の利益率は下がらない。したがって、次に確認したいのは、その点である。

決算書では売上高を見て、利益率を計算する。利益率が変わらないうかが、上がっているようであれば、納品先である自動車メーカーへの販売価格に、コスト増分を転嫁できている可能性が高い。

もし、そうであれば、「自動車さんへの販売価格も上がっているのですね」などと聞く。「なかなか価格に転嫁できない中小企業が多い中で、御社が値上げに応じてもらえている要因は、どんなところにあるのですか」と続けられ、「親会社とは太いパイプがあつてね」とか「うちでないとなれない部品なんだよ」といった答えが返ってくるかもしれない。そこに着眼すれば、セールスチャンスが見えてくる。

原材料価格の上昇を販売価格に



転嫁できず利益率が低下しているケースでは、今後の見通しをヒアリングする。「アベノミクスというけれど、良い影響があるのは大企業だけだよ。下請企業には、まだ値引き要請が来ているからね」といった答えが返ってきたら、「どのような対策をお考えですか」と聞く。

これは、「価格転嫁は難しいだろうが、手をこまねいているわけではないだろう」という仮説に基づく。取引先は利益を確保するために、何らかの対策を打っている

なる。

日本を代表する上場企業は輸出企業が多いことから、円安によって業績が良くなることが期待され、株高につながったというのがマーケットの見方だ。したがって、まずは円安がプラスになる取引先はどこかという視点で、ターゲットを絞るとよい。

反対に、円安によってマイナスとなるのはどんな先か。すぐに思い浮かぶのは、海外から商品を購入して国内で販売する小売・卸・流通業や、海外から原材料を輸入して製商品を製造し、国内で販売する製造業などだ。ここでは、後者について話を進めたい。

どれだけ価格転嫁できるかが売上総利益に直結

アルミや鉄を原材料として、自

はずなので、それを確認しよう。「実は車の部品だけではなく、利益率の高いスマホ用の部品も作るようになった」というように、新分野への進出の計画をキヤッチできる可能性もある。

「今は値上げをしてももらえないが、来期以降は値上げの方向で話し合いを進めている」といった答えであれば、「どれくらい転嫁できる見通しなのか」を聞く。円安によるコスト増分を完全に加味してもらえないのか、50%なのか、あるいは親会社の利益が出ている分を反映させてくれるのか。それこそが、取引先の決算の売上総利益に直結するのである。

プラスとマイナスの両面の影響を確認する

ドル円相場が105円を超えた頃、新聞に「輸出企業の多くは、1ドル105円を為替予約をしており、それを超えて円安になると、1円につき、円の為替差益が見込まれる」といった解説がよく掲載された。

中小企業ではそれほど多くない

かもしれないが、稀に為替予約をしたり、年度の初めに原材料購入の年間契約をしたりしている場合もある。

例えば、年度初めのドル円相場が1ドル110円だったとして、アルミの年間購入契約をしたとする。この会社は、円安が進めば進むほど、スポットで原材料を調達する他の下請企業よりも安く部品を作ることができ、優位に立てる。

ただしこれは、円高が進んだ場合にはマイナスに作用する。110円で年間契約をした後に1ドル80円になったら、スポットで調達する企業に比べて大きなハンデを負う。

円安が100%マイナスという会社は少ない。原材料価格が上がっても、親会社の収益は上がるといったケースも多い。親会社の業績が好調ならば、下請けである中小企業にも還元される。したがって、プラスとマイナスの影響の両面から質問し、取引先の対応を聞くことで、融資につながるヒントが得られるだろう。

PART 1

# 製造業の仮説・検証トークはこう進めよう



## 1 円安の影響で原材料価格が上がっているようだ



こんな仮説を立ててみよう

平成24年11月には70円台だったドル円相場が、平成26年3月には7年8カ月ぶりに122円台をつけ、その後も120円近辺での取引が続いている。円安は、株式市場では「買い材料」となることが多く、日経平均株価も4月には1700円台から15年ぶりの2万円台にのせた。

日本は円安によって業績が上がる企業が多いといえる。例えば、海外で1万ドルで販売する商品を作っている企業があるとすると、1ドル80円であれば、円換算での売上は80万円だが、120円では120万円になる。海外での商品価格は変わらないのに、円換算では40万円「値上げ」したのと同じに

日本を代表する上場企業は輸出企業が多いことから、円安によって業績が良くなることが期待され、株高につながったというのがマーケットの見方だ。したがって、まずは円安がプラスになる取引先はどこかという視点で、ターゲットを絞るとよい。

反対に、円安によってマイナスとなるのはどんな先か。すぐに思い浮かぶのは、海外から商品を購入して国内で販売する小売・卸・流通業や、海外から原材料を輸入して製商品を製造し、国内で販売する製造業などだ。ここでは、後者について話を進めたい。

どれだけ価格転嫁できるかが売上総利益に直結

アルミや鉄を原材料として、自

自動車部品を作っている中小企業があるとする。日本は資源の少ない国なので、原材料の多くは海外からの輸入品である。したがって、円安はコストの上昇につながる。

これは決算書では、売上原価に反映される。売上が増えていないのに原価が上がっているようであれば、原価の単価が上がっていることになるから、「やはり、円安の影響は大きいですか」などと聞くともよい。売上も増えているようであれば、原価率を計算。上昇していれば同じ質問をする。

そのうえで、まずは「円安が売上原価の増加というマイナスの影響を与えている」という仮説を立てる。中小企業は直接海外で販売することは少ないが、親会社が海外で販売するケースは少なくない。大手の自動車会社が軒並み好