

実践経営のヒント

売上総利益と 5つの利益の

読み方

活かし方



※ 本資料は参考情報であり、法令等への適合性や内容の正確性・完全性について、一切保証するものではありません。制度の適用にあたっては、必ず公的資料等をご確認ください。

※ 本資料の情報は、2026年6月作成時点のものであり、変更される可能性があります。ご利用の際は、必ず最新情報を公的機関にてご確認ください。

売上総利益（粗利益）とは？

売上総利益は、**売上高から売上原価を差し引いた利益**で、「粗利益（あたりえき）」や「粗利」とも呼ばれます。企業が本業でどれだけ稼いでいるかを示す、損益計算書上の最も基本的な利益指標です。

売上総利益（粗利益）の計算式



$$\text{売上総利益} = \text{売上高} - \text{売上原価}$$



具体例

原価1,000円の商品を1,500円で300個販売した場合、売上総利益は15万円（500円×300個）です。

製造業では「売上原価」の代わりに、人件費を含む「製造原価」を使います。小売業では人件費は販売費に分類されるため、業種による違いに注意が必要です。

「粗利益率」で見える“稼ぐ力”

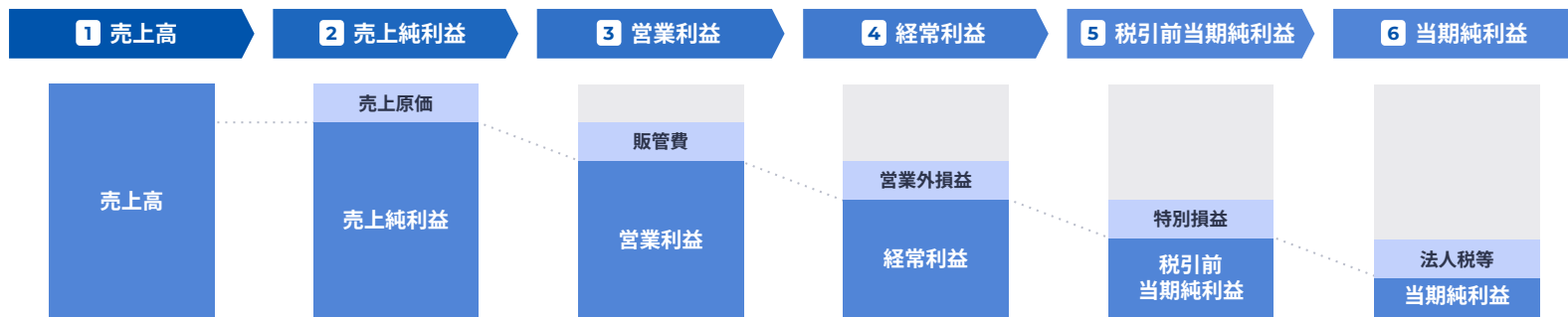


$$\text{粗利益率} = \text{売上総利益} \div \text{売上高}$$

売上総利益の「金額」だけでは、企業規模による差が大きく比較が難しくなります。そこで使うのが、「1円売って何円残るか」を示す粗利益率です。

粗利益率は業種ごとに大きく異なりますが、比較方法として、「自社の過去3年分の推移」と「同規模・同業態の他社」が有効です。粗利益率が下降傾向にある場合、原価の高騰や値引き販売の増加など、原因を早期に特定することが大切です。

売上から最終利益まで — 5つの利益の流れ



各利益の計算式早見表

利益の種類	計算式	わかること
売上総利益	売上高 - 売上原価	本業の稼ぐ力
営業利益	売上総利益 - 販管費	本業の収益性
経常利益	営業利益 ± 営業外損益	財務活動含む総合力
税引前当期純利益	経常利益 ± 特別損益	突発要因込みの利益
当期純利益	税引前純利益 - 法人税等	最終的な手残り

損益計算書では、売上高 → 売上総利益 → 営業利益 → 経常利益 → 税引前当期純利益 → 当期純利益の順で段階的に計算されます。各段階でどの費用・収益が加減されるかを把握しておく、経営課題の特定に役立ちます。

粗利から読み取る経営のヒント 1

粗利益率単体で判断せず、他の指標と組み合わせることで「なぜその数字なのか」が見えてきます。

✓ 営業利益と比較



粗利は十分なのに営業利益が低い場合、販管費（人件費・広告費・家賃など）がかかりすぎている可能性があります

✓ 同業他社と比較



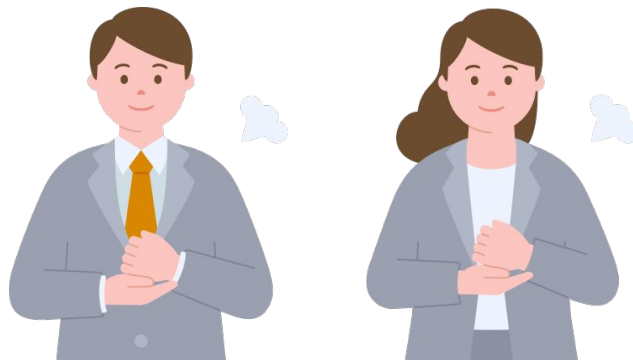
商品力や価格設定の妥当性を客観的に判断できます

✓ 前期・前々期と比較



原材料の高騰や値引き販売の増加など、変化の原因を特定できます

こうした分析で課題が見えてきたら、次は具体的な改善アクションに移りましょう。



粗利から読み取る経営のヒント 2

売上総利益（金額）を伸ばすには？

売上総利益の「金額」を増やすには、「売上を伸ばす」か「原価を下げる」かのどちらか（または両方）が必要です。

1 販売数を増やす ▶ 新規顧客×リピートの両輪

新規集客だけでなく、既存顧客のリピート率向上も重要です。定期購入割引やポイント制度の導入、セット販売で客単価を引き上げるなど、売上の絶対額を増やす施策を組み合わせます。

2 原価を縮める ▶ 仕入れ・製造コストの見直し

仕入先の競合見積を定期的に取り、まとめ買いで単価を下げる、廃棄ロスを削減するなど代表的な施策です。製造業では生産工程の効率化や歩留まりの改善も原価圧縮に直結します。

3 商品回転率を上げる ▶ 在庫ロスを抑えて粗利確保

売れ残りによる値引き販売や廃棄は、粗利を大きく圧迫します。需要予測に基づく適正発注や、販売時期を見極めた価格設定で、商品が新鮮なうちに売り切る体制をつくりましょう。

粗利益率（%）を高めるには？

金額だけでなく率（%）を意識することで、売上規模に依存しない収益体質そのものを強化できます。

1 価格を見直す ▶ 付加価値で納得感をつくる

単純な値上げではなく、品質向上やアフターサービスの充実で「顧客が納得する価格」を作ることがポイントです。たとえば、保証延長・限定パッケージ・専門相談の付帯など、「価格に見合う価値」を用意しま

2 売るものを変える ▶ 製品ミックスの最適化

利益率の高い商品に販売リソースを集中し、低利益の商品は改良または整理します。商品別の粗利率を比較して「稼ぎ頭」と「足を引く商品」を可視化するのが第一歩です。

3 値引き・リピート依存を見直す

定期的な値引き販売は粗利益率を確実に下げます。卸売業・小売業では、リピートに依存した収益構造になっていないかもチェックしましょう。「値引きなしで売れる以上の価値」を提供できる体制づくりが、率の改善に直結します。