

売上金額 期間別推移レポート

対象テーブル: 受注データ0314

1. データ概要

項目	内容
分析対象期間	2024年1月1日 ~ 2025年12月31日 (2年間)
総受注件数	5,000件
月平均受注件数	約208件/月
集計方法	受注日 (VARCHAR型) をSUBSTR関数で年月・年に変換し、売上金額 (VARCHAR型) をCAST(FLOAT)で数値変換後に集計

集計の考え方: 全カラムがVARCHAR型で格納されているため、日付の年月抽出にはSUBSTR関数 (先頭7文字でYYYY-MM形式)、金額の数値演算にはCAST関数を使用しています。これにより型変換エラーを回避しながら正確な集計が可能です。

2. 年間比較

年	年次売上合計	受注件数	前年比増減率
2024年	16億7,587万円	2,467件	—
2025年	18億2,868万円	2,533件	+9.12%

前年比計算式: $(1,828,680,900 \div 1,675,865,700 \times 100) - 100 = +9.12\%$

年間トレンド評価

2025年は2024年比で売上が約**1億5,281万円 (+9.12%)** 増加しており、明確な成長トレンドが確認できます。受注件数も2,467件から2,533件へ**+66件 (+2.67%)** 増加しています。

注目すべき点として、売上の伸び率 (+9.12%) が受注件数の伸び率 (+2.67%) を大きく上回っており、**1件あたりの平均売上金額が上昇**していることがわかります。

- 2024年の平均売上金額: 約67.9万円/件

- 2025年の平均売上金額: 約72.2万円/件 (前年比+6.3%)

これは単価の上昇または高単価製品の受注増加を示唆しています。

3. 月次推移の詳細

月次売上データ一覧 (万円単位)

年月	月次売上合計 (万円)	受注件数	平均売上金額 (万円)	前月比
2024-01	13,588	211	64.4	—
2024-02	13,267	213	62.3	-2.4%
2024-03	15,551	208	74.8	+17.2%
2024-04	14,772	209	70.7	-5.0%
2024-05	14,466	214	67.6	-2.1%
2024-06	12,778	198	64.5	-11.7%

年月	月次売上合計 (万円)	受注件数	平均売上金額 (万円)	前月比
2024-07	13,676	194	70.5	+7.0%
2024-08	12,029	195	61.7	-12.0%
2024-09	13,240	192	68.9	+10.1%
2024-10	14,355	203	70.7	+8.4%
2024-11	15,148	207	73.2	+5.5%
2024-12	14,716	223	66.0	-2.9%
2025-01	14,108	220	64.1	-4.1%
2025-02	11,865	193	61.5	-15.9%
2025-03	16,622	223	74.5	+40.1%
2025-04	14,307	205	69.8	-13.9%
2025-05	14,448	216	66.9	+1.0%
2025-06	13,656	207	66.0	-5.5%
2025-07	17,655	223	79.2	+29.3%
2025-08	15,357	214	71.8	-13.0%
2025-09	15,281	197	77.6	-0.5%
2025-10	17,785	215	82.7	+16.4%
2025-11	15,780	202	78.1	-11.3%
2025-12	16,002	218	73.4	+1.4%

※ 前月比の計算式：(当月売上 - 前月売上) ÷ 前月売上 × 100

売上が大きく減少した時期（前月比 -10%以上）

年月	前月比	考察
2024-06	-11.7%	梅雨・初夏の閑散期。受注件数も198件と年間最少水準。季節的な需要低下と考えられる。
2024-08	-12.0%	夏季休暇（お盆）の影響による受注活動の停滞。2024年の月次最低値（12,029万円）を記録。
2025-02	-15.9%	2年間を通じた最大の月次下落。受注件数も193件と全期間最少。年度末前の予算消化待ちや短い月（28日）の影響が重なった可能性がある。
2025-04	-13.9%	2025年3月の急増（+40.1%）の反動。年度初めの予算確定待ちや新年度体制整備による一時的な受注減少と考えられる。
2025-08	-13.0%	2024年8月と同様、夏季休暇の影響。2年連続で8月に大幅減少が発生しており、季節的パターンとして確立されている。
2025-11	-11.3%	2025年10月の急増（+16.4%）の反動。10月に集中した受注の反動減と考えられる。

売上が大きく増加した時期（前月比+10%以上）

年月	前月比	考察
2024-03	+17.2%	年度末（3月）の駆け込み需要。日本企業の会計年度末（3月末）に向けた予算消化・発注集中の典型的パターン。
2025-03	+40.1%	2年連続の3月急増。2024年比でさらに増幅されており、年度末需要が強化されている。2025年3月は全期間で2番目に高い月次売上（16,622万円）。
2025-07	+29.3%	夏季前の駆け込み需要または大型案件の集中。2025年7月は全期間最高値（17,655万円）を記録。
2025-10	+16.4%	秋季の需要回復。2025年10月は全期間最高値（17,785万円）を更新。下半期の予算執行加速と考えられる。

4. 季節パターン分析

同月比較（2024年 vs 2025年）

月	2024年（万円）	2025年（万円）	前年同月比
1月	13,588	14,108	+3.8%
2月	13,267	11,865	-10.6%
3月	15,551	16,622	+6.9%
4月	14,772	14,307	-3.1%
5月	14,466	14,448	-0.1%
6月	12,778	13,656	+6.9%
7月	13,676	17,655	+29.1%
8月	12,029	15,357	+27.7%
9月	13,240	15,281	+15.4%
10月	14,355	17,785	+23.9%
11月	15,148	15,780	+4.2%
12月	14,716	16,002	+8.7%

繰り返し現れる季節パターン

パターン1：3月の年度末需要ピーク（2年連続確認）

- 2024年3月：前月比+17.2%（13,267万円 → 15,551万円）
- 2025年3月：前月比+40.1%（11,865万円 → 16,622万円）
- 両年とも2月から3月にかけて急増。日本企業の会計年度末（3月31日）に向けた予算消化・発注集中が主因と考えられます。

パターン2：2月・8月の売上低迷（2年連続確認）

- 2月：2024年13,267万円、2025年11,865万円（両年とも前後の月より低水準）
- 8月：2024年12,029万円（年間最低）、2025年15,357万円（前月比-13.0%）
- 2月は年間最短短月（28日）と年度末前の予算確定待ち、8月はお盆休暇による受注活動停滞が要因と推測されます。

パターン3：2025年後半の顕著な成長加速

- 7月～10月の前年同月比がいずれも+15%以上と大幅増加
- 2025年7月：+29.1%、8月：+27.7%、9月：+15.4%、10月：+23.9%

- 2024年後半は比較的低水準だったため、2025年後半の伸びが際立っています。新規顧客獲得や大型案件の受注増加が背景にある可能性があります。

5. 洞察とアクションアイテム

重要な洞察

洞察1：年間売上は確実な成長軌道にある（根拠：年次比較）

2025年の年次売上18億2,868万円は2024年比+9.12%増。受注件数の伸び（+2.67%）を大幅に上回る売上増加は、単価上昇（2024年平均67.9万円→2025年平均72.2万円、+6.3%）によるものです。価格改定や高付加価値製品へのシフトが進んでいる可能性があります。

洞察2：3月の年度末需要が年々強化されている（根拠：月次推移）

2024年3月の前月比+17.2%に対し、2025年3月は+40.1%と倍以上の伸び率を記録。3月の売上が全体に占める割合も増加しており、年度末への依存度が高まっています。この集中リスクへの対策が必要です。

洞察3：2025年後半（7～10月）に構造的な需要拡大が発生（根拠：前年同月比）

2025年7月～10月の前年同月比はそれぞれ+29.1%、+27.7%、+15.4%、+23.9%と、4ヶ月連続で大幅増加。この期間の月次売上は15,000～17,785万円と高水準を維持しており、単発の大型案件ではなく継続的な需要増加と考えられます。

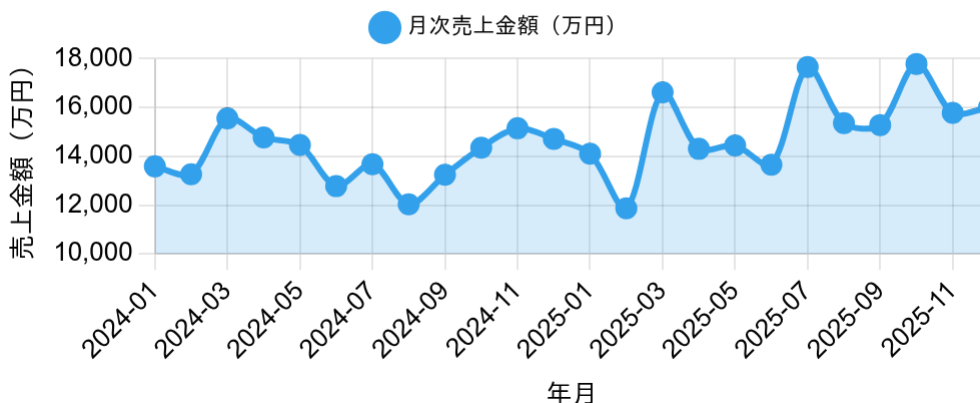
洞察4：2月と8月が構造的な閑散期（根拠：2年連続の低水準）

2月（2024年：13,267万円、2025年：11,865万円）と8月（2024年：12,029万円、2025年：15,357万円）は2年連続で前後の月より低水準。特に2025年2月は全期間最低値（11,865万円）を記録しており、閑散期対策が急務です。

アクションアイテム

優先度	アクション	根拠
高	閑散期（2月・8月）の売上底上げ施策の実施	2年連続で低水準。キャンペーン・早期発注インセンティブの導入で平準化を図る
高	3月集中リスクの分散	3月への依存度が高まっており（2025年は+40.1%の急増）、年度末前倒し発注の促進や四半期均等化施策を検討
中	2025年後半の成長要因の特定と横展開	7～10月の大幅増加（+15～29%）の要因（顧客・製品・担当者）を分析し、成功パターンを他の時期・顧客に展開
中	単価上昇トレンドの維持・強化	平均単価が2024年67.9万円→2025年72.2万円に上昇。高付加価値製品の提案強化や価格戦略の見直しを継続
低	月次売上の変動幅縮小	最低月（2025年2月：11,865万円）と最高月（2025年10月：17,785万円）の差が約5,920万円（約50%の開き）。平準化により安定的な生産・在庫管理が可能になる

月次売上金額の推移（2024-01～2025-12）



2024年 vs 2025年 月別売上比較

