

エキスパート登録 専門家からの ワンポイント アドバイス

ユーアイ経営 代表 中小企業診断士 高橋国男

【略歴】

観音寺商工会議所にて経営支援業務に20年間従事。2020年4月に経営コンサルタントとして独立。経営者の伴走者となり利益を向上させる次の一手を提案する。



『売上や利益の変化を分析してみませんか？』

新型コロナウイルスの感染拡大は、私たちの生活スタイルを大きく変化させました。また、円安の進行や物価高騰等により消費行動も変化しており、このような外部環境の変化が企業の売上や利益にも影響を与えています。それを的確に把握し、今後の方策を決定するために売上や商品の分析を行ってみてはいかがでしょうか。分析の手法は数多くありますが、シンプルで実行しやすい手法をご紹介します。

▶ ①セグメント分析

自社の売上を適切な切り口で区分して分析を行います。一例を挙げると、「事業別、部門別、ブランド別、商品ジャンル別、商品別…」といった企業基準で区分する方法や、「地域別、年齢別、性別別、所得別、規模別、取引先別…」といった顧客基準で分析する方法などがあります。各セグメントがどの程度のシェアを占めていて、どのように変化しているのか、また、その要因は何かを分析してみましょう。

▶ ②要素分解

売上を構成する要素に分解して分析する手法です。売上高は「客数 × 客単価」に分解でき、さらに客数は「新規客数 + 既存客数」、客単価は「販売点数 × 単価」に分解できます。各構成要素について数値の大きさや変化度合いを把握し、その要因を分析していきます。それをもとに新規客を増やすのか、リピート率を上げるのか、客単価を上げるのかといった方策を検討していきます。

▶ ③マトリクス分析

売上や商品を二つの切り口に従って四つの象限に区分します。この場合では、粗利益率と販売数量で区分しています。(1)は粗利益率が高く販売数量も多い稼ぎ頭の商品です。(2)は販売数量は多いものの粗利益率が低いので、原価率の低減策や値上げを検討します。(3)は粗利益率は高いものの販売数量が少ないので、販売数量を増やす余地がないかを検討します。(4)は粗利益率が低いうえに販売数量も少ないので、商品のリニューアルや廃止を検討します。

ここで紹介したのは一例であり、分析する手法や切り口は数多くありますが、手当たり次第に分析しては多くの時間や労力がかかってしまいます。効率的に分析を行うためには企業の業種や現状に応じた適切な手法や切り口での分析が必要です。

また、いざ分析しようと思ってもデータがなければ行えません。まずは自社にとって必要な情報を検討し収集するところから始めてみましょう。POS レジや販売管理ソフトを活用すると、データの収集や分析も行いやすくなります。

改めて分析をしてみることで自社の現状が可視化され、今後の方策を検討する際に役立てることが出来ます。

(③セグメント分析の図)

	粗利益率	
販売数量	(1)さらなる成長	(2)原価率低減・値上げ
	(3)販売個数アップ	(4)リニューアル・廃止

エキスパート・バンクとは？

各分野の専門家が、経営上・技術上の様々な問題に対して、直接事業所を訪問し、問題解決に向けての支援・アドバイスを行います。

例えば、

ターゲットとする顧客層に最適なSNSの活用方法を知りたい。
クラウドサービスの導入に当たって、運用ルールを決めておきたい。
といった取組みを応援します。

1テーマ2回まで無料となっておりますので、ぜひご活用ください。

■ ご相談・お問い合わせは、最寄りの商工会まで ■