



# 「在庫はすべて 売上げに変える」の意識

# 売場の基礎数値編

ワンスアラウンド 西尾一洋

Q 01 「1人当たり売上高」の算式として正しいものはどれか？

- ①売上高÷従業員の頭数
- ②売上高÷作業アルバイトを除く販売員数
- ③売上高÷人時換算要員数（月間160～165時間を1人として計算した員数、企業により異なる）

Q 06 次の算式の□の中に言葉を入れなさい。

$$\begin{aligned} \text{売上高} &= a \square \times \text{買い上げ客数} \\ &= b \square \times \text{売上げ点数} \\ &= c \square \times \text{要員数} \end{aligned}$$

Q 02 「客単価」の算式として正しいものはどれか？

- ①売上高÷売上げ点数
- ②売上高÷買い上げ客数
- ③売上高÷入店客数

Q 07 荒利益高の解説として合っているものには○、間違っているものには×を付けなさい。

- ①荒利益高は付加価値益ともいわれ、原価（物の価値）に計算されるサービス価値とも言える（ ）
- ②荒利益高は売上げから原価を引いたもので、値引き額が増えれば荒利益高は減る（ ）
- ③荒利益高は売上高に原価率を掛けることによって算出される（ ）

Q 03 「売上げ商品単価」の意味として正しいものはどれか？

- ①売り上げた商品の平均売価
- ②売り上げた商品の値引き前平均売価
- ③店頭に出ている在庫の平均単価

Q 08 営業利益の算式として正しいものはどれか？

- ①荒利益高－販管費＝営業利益
- ②売上高×原価率－販管費＝営業利益
- ③（売上高－売上げ原価）×営業利益率＝営業利益

Q 04 「坪当たり売上高」は効率指標の一つだが、これによって何が分かるか？

- ①売場の中の売れている場所と売れていない場所が分かる
- ②その店の大きさが分かる
- ③広さが異なる店舗で売上高が異なっても、どちらの店舗の方が売上げ効率が良いかが分かる

Q 09 次の営業活動のうち、在庫高が増えるものには○、減るものには△、変わらないものに×を入れなさい。

- ①商品売価100万円の仕入れをして80万円売り上げた（ ）
- ②お客さまより不良品3万円の返品を受けた（ ）
- ③10万円値引きして50万円売り上げ、新たに売価55万円の仕入れをした（ ）

Q 05 SET率（販売関連率）の算式として正しいものはどれか？

- ①売上げ点数÷買い上げ客数
- ②売上高÷在庫高
- ③売上げ点数÷要員数

Q 10 次の3店舗の営業利益を計算しなさい（単位：千円）

	売上高	荒利益率	人件費	他販管費	営業利益
A店	8000	48%	1440	2200	①
B店	12000	42%	1800	3000	②
C店	6500	55%	1650	2200	③

解説

Q01

1人当たり売上高÷売上高÷人時換算要員数

1人単位の考え方がポイント。短時間アルバイトの場合は1人とは換算せず、就業時間数に応じて0・3、0・5と換算する。

1人当たり売上高はその店の平均値であり、販売力よりも要員数の多少を判断する指標に使われる。

1人当たり売上高は、アパレル(ブランドにより異なるが)なら150万~250万円であれば問題は無い。それ以下だと要員数が多いと判断され、それ以上だと要員不足で売り逃しが懸念される。

Q02

客単価÷売上高÷買い上げ客数

客単価は1人当たりの平均買い上げ高を表し、売上げの要素として最も根幹を成す指標の一つ。

売上げを上げるには、客単価を上げるか、買い上げ客数を上げるかの2つしかない。客単価を上げるには、商品単価を上げるか、SETR率(1人当たり買い上げ点数)を上げるしかない。買い上げ客数を上げるには、

解答

Q01:③ Q02:② Q03:①

Q04:③ Q05:①

Q06:a客単価 b売上げ商品単価  
c 1人当たり売上高

Q07:①○ ②○ ③×

Q08:①

Q09:①○ ②○ ③△

Q10:①200 ②240 ③-275

入店客数を上げるか、買い上げ率を上げるしかないのだ。

Q03

売上げ商品単価÷売上高÷売上げ商品点数

売上げ商品単価は1点当たりの商品単価で、その店の売上げ中心価格が分かり、在庫平均単価と比較して在庫単価の90~95%に収まっていれば健全と言える。それ以下だと値引きが多いか、購買内容が中心価格より安いものに偏っていることになる。

その逆もあり得るが、どちらも提供している価格(在庫商品単価)とお客さまのニーズ価格(売上げ商品単価)が合っていないことになり、売上げ減少の原因でもある。

Q04

坪当たり売上高÷売上高÷坪数

坪当たり売上高は通常、月間坪当たり売上高のことを言い、略して「坪効率」と言う。

解答は店舗の大きさにかかわらず売上げ効率を比較できる指標としていますが、実際は坪数が小さい店ほど坪当たり売上高は高く、大きい店ほど低くなる。小さい店は商品を凝縮して陳列し、また商品も絞り込まれているため、必然的に均効率が高くなる傾向にある。20~40坪の店で坪当たり売上高が30万円以上出ているば、合格点と言える。

Q05

SETR率÷売上高÷買い上げ客数

SETR率は販売関連率とも言い、お客さまが1人当たり平均何点買い

上げたかを表す指標。高ければ高いほどいいのだが、じっくり接客して高額商品を扱う店では、あまりにSETR率が高いと、ほかのお客さまへの接客ができなくなる場合がある。

SETR率は客単価を上げる最大の方法であり、個人の販売力の違いが大きく影響する。個人の販売スキルを判断する指標ともなる。個人売上高とSETR率を意識させることが、売上げアップのポイントになる。

Q06

売上げを決定する単価としては、買い上げ客単価が最も重要で、売上げを上げるにはこの客単価を上げなければならぬ。

売上げ商品単価(=売上高÷売上げ点数)は買い上げ客単価を構成する要素(買い上げ客単価÷売上げ商品単価×SETR率)だが、店の中心価格でもあるため、あまり変動させべきものではない。

従って、客単価を上げるためにはSETR率を上げることになる。そのSETR率(売上高÷買い上げ客数)は、個人の販売スキルに影響され、1人当たり売上高(売上高÷要員数)につながる。

Q07

荒利益高÷売上高÷売上原価

荒利益率=荒利益高÷売上高

荒利益高とは売上高から売上原価を引いたものだが、売上原価とは売上げた商品の仕入れ値のこと。仕入れ値は仕入れが発生したときに仕入れ原価となり、その商品を売り上げた時点で初めて売上原価となる。

売上げ原価という名前からも分かるように商品そのものの値段である。その商品に接客、商品知識、サービスが付加されて販売価格になるのだから、店でのサービス料と言えないでもない。

荒利益高を売上げで割ったものを荒利益率と言い、各企業はこの率を上げることに(原価率を下げることに)努力している。

Q08

営業利益÷売上高÷売上原価÷販管費

売上高÷売上原価÷荒利益高で算出されるから、答えは①の荒利益高÷販管費となる。

営業利益は、日々の店の営業活動で得られた利益のこと。最近では、自店の利益がどのくらい出ているのか分かっていない店長は少なくなくなったが、店別の収支計算書が出せる企業であれば、店長は年間利益を見ておく必要があるのだ。

もし、店が赤字なら、その赤字を2年以上出し続けることは、退店の対象となるかもしれない。

Q09

月初在庫÷売上高+仕入れ高÷月末在庫

在庫は、基本的にすべて売上げに変わらなければならない。いつまでも売れ残っている商品というのは、値札に価格が付いていても買ってくれないお客さまが多いのだから、価値はゼロ。商品が売れ残る理由の一つに、在庫の持ち過ぎ(仕入れ過ぎ)がある

(過剰在庫、過剰仕入れ)。店はその店ごとに売れる許容量がある。その許容量を超えて仕入れをし過ぎると過剰在庫になるのだ。

また、価格を納得してもらえない商品(高いと思われる)商品や魅力のない商品は、お客さまに買ってもらえず、残ってしまう場合がある。

販売員はお客さまにその商品の魅力を伝えることにより、売上げを取ることが出来る。しかし伝えきれない場合は、価格を下げて「安さ」という新しい魅力を付け加えることで、売上げを取る必要が出てくる。

在庫は仕入れをコントロールすることによって過剰在庫を防ぐことができる。在庫はすべて売上げに変える、という意識を常に心掛けよう。

Q10

Q8の応用編。売上高×荒利益率÷販管費(人件費・他販管費)÷営業利益

A、B、C各店の売上げにまず荒利益率を掛けて、荒利益高を出す。そこから人件費と他販管費を引いた残りが営業利益になる。

ここではC店がマイナス275で赤字となっている。荒利益率が3店舗中最も高いのに赤字なのは、荒利益高より経費の方が高いからだ。特に人件費が売上げ比(人件費÷売上高)で見ると25%もあり異常である。高くても20%未満、15%程度が目安。

要員数に問題があるのか、あるいは見込みの売上げが極端に取れていないのか、あるいはその両方か、赤字の原因をはっきりさせておかないといけない。前述の通り、赤字を続けることは退店につながるからだ。