

パンカ-
のための

数値力強化 メソッド

平井会計事務所 平井 満広
税理士

様

々なことを数値で捉える「数値力」は、情報を細かく正確に把握・提供するための大切なスキルであり、金融機関で働く人には不可欠なものです。本連載では、数値力を高めるコツを紹介していきます。

数値力は、単に計算が早いとか暗算が得意という力のことではなく、「数値の構成要素を整理できる力」だと私は考えます。具体的にどういふことなのか、今回は売上を例に見ていきましょう。

数字の構成要素を分解

あるラーメン屋さんの3月の売

ラーメン屋さんの売上減少要因は…



上は180万円でした。前年同月

は200万円だったので、前年比10%のマイナスです。単純に数字だけ見ると、「不景気だな」と暗い気持ちになってしまいますね。

しかし、数値力を磨くにはここからが本番です。まずは売上の構成要素を考えてみましょう。経営数値のような金額が単位となっている数値は基本的に「価格×数量」に分解できます。

1カ月の売上を「平均単価」と「来店客数」に分けると、次のようになります。

(前年) 200万円 ÷ @800円
×2500人

(当年) 180万円 ÷ @750円

×2400人

こうすると、「平均単価50円マイナス」「来店客数100人マイナス」と、売上が減った原因が分かってきます。今度は、来店客数を「固定客数」と「来店日数」に分解してみましょう。

(前年) 2500人 ÷ 500人 ×

5日

(当年) 2400人 ÷ 800人 ×

3日

「固定客は300人増えた」ものの、「1人当たりの来店日数が2日減った」ことがわかりますね。さらに来店日数も「営業日数」と「来店間隔（来店の頻度）」に分解できます。営業日数が30日だと、次のようになります。

(前年) 来店日数5日 ÷ 30 ÷ 6

÷ 6日に1度来店

(当年) 来店日数3日 ÷ 30 ÷ 10

÷ 10日に1度来店

（ここまでを整理すると、売上の

構成は次のようになります。

(前年) 200万円 ÷ @800円

×500人 × 30 ÷ 6日

(当年) 180万円 ÷ @750円

×800人 × 30 ÷ 10日

柔軟な発想で数値力アップ

このように売上の構成を分解すると、「客単価を50円下げて新規客を300人獲得したが、来店間隔が6日に1度から10日に1度になり、売上がマイナスになった」という仮説を立てられます。だいぶ情報が細くなりましたね。

「売上アップのためには固定客の来店間隔を短くしたい。そこで、日替わりでサイドメニューのサービスを始めよう」といった考えも浮かぶかもしれません。

このように、数値の構成要素を分解して整理する力が「数値力」です。数値力を磨くには、ヒト・モノ・カネの流れの理解や柔軟な発想が求められます。次回以降も具体例を挙げて説明しますので、一緒に考えていきましょう。

88