



1月度

## ①なるほど そうか やってみよう!

2年半 連載しました『商品展開のポイント』は2018年12月で終了しました。1月から新しい連載をスタートします。ポイントは 『知る』(現状を知る)⇒『選ぶ』(何をするか選択する)⇒『行動する』(実行する)・・・「なるほど そうか やってみよう!」という内容で展開していきます。

## 第1回&lt;「しまむら」から学ぶ&gt;(1) 2回連載 主な数値は 2018年2月期 締め日は毎月20日

\*これ程、詳細な数値が公表されているデータは他にはありません。大いに参考にしてください。

## ◆しまむら業態の部門別業績

(百万円) (有価証券報告書より 吉田まとめ)

	売上高	前年比	構成比	粗利益率
婦人衣料	144,592	98.4%	32.4%	32.3%
肌着・靴下	108,479	99.2%	24.3%	36.5%
寝装	45,282	92.6%	10.1%	33.6%
紳士衣料	41,303	104.4%	9.3%	31.2%
ベビー・子供	30,917	99.8%	6.9%	28.4%
洋品小物	30,169	100.5%	6.8%	32.6%
インテリア	25,104	102.2%	5.6%	34.1%
靴	20,291	93.9%	4.5%	33.7%
合計	446,137	98.7%	100.0%	33.3%

## ◇しまむらグループ連結

(しまむら アール パースティ デパロ)

(百万円)	金額	前年比	売上比
売上高	558,513	99.9%	100.0%
粗利益	187,114	100.9%	33.5%
営業収入	993	95.7%	0.2%
人件費	67,236	106.6%	12.0%
広告宣伝費	15,572	112.3%	2.8%
消耗品費	1,264	80.2%	0.2%
賃借料	30,828	103.8%	5.5%
その他費用	29,790	103.3%	5.3%
販管費合計	144,690	105.4%	25.9%
営業利益	43,417	88.2%	7.8%

## &lt;ポイント&gt;

- ①構成比：婦人衣料 32.4%(総合衣料店25%前後が多い)次に肌着靴下 24.3% 寝装 10.1%と続く。意外と婦人衣料の構成比が高い。
- ②粗利益率：肌着靴下が36.5%と群を抜いている。アウターに比べると売価変更率(値下げ率)が低い。全体的に10年前と比較すると5%向上している。
- ③平均すると値入率は40%以上取っている。

(表-1)粗利益率と家賃/売上高

粗利益率	対売上比	
	適正	限界
20%	3.00%	5.00%
25%	3.75%	6.25%
30%	4.50%	7.50%
35%	5.25%	8.75%
40%	6.00%	10.00%
45%	6.75%	11.25%

## &lt;ポイント&gt;

- ①人件費：12% 総合衣料店では12~13%
- ②広告宣伝費：2.8% 総合衣料店では平均2.5~4.0% 近年 新聞購読世帯が減っているためチラシの効果が減っている。他の販促手段を開発しているところが増えている。
- ③賃借料：5.5%(5,000円~6,000円/坪) 家賃比率は粗利益率によって変わってくる。(表-1)を参照して、賃貸で店舗経営をされているところはチェックしてみてください。
- ④販管費率:25.9% 粗利益-販管費=利益 この販管費率を抑えるためには、  
\*販管費そのものを抑える \*売上高を上げることが必要になる。

自店の比率と比較してみましょう。異なってるからと言って、それは問題ではありません。

項目別に比較してみて、なぜ異なっているかを考え、分析してみましょう。

その内容・原因がわかりましたか？ わからなければそれが大きな問題です。

次月のポイント：しまむらは昨年ほぼ毎月既存店の前年割れが続きました。その内容と原因について分析します。