

5月度 ⑤ なるほど そうか やってみよう!

＜儲けを管理する:その2＞ これからの最優先事項は『粗利だ!』⇒ *粗利ミックス?
 売上高のアップが大きく見込めない⇒選択肢は『粗利益率のアップ』しかない。

ドン・キホーテ(売上前年比:113.6%) コスモス薬品(売上前年比:111.0%)のように
 売上高が年間を通して大幅に伸びているところは粗利率よりも粗利額を重視してもよいが、
 あまり伸びが期待できない場合は『粗利益率』を優先して、結果として額を稼ごう。

*公表されている決算資料により、大手3社の売上高と粗利益率を見てみよう。

＜しまむら＞ (1,428店舗) (百万円)

2018/2期	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%

＜コスモス薬品＞ (912店舗) (百万円)

2018/5期	売上高	前年比	構成比	粗利益率
医薬品	85,772	111.1%	15.4%	35.4%
化粧品	57,683	110.3%	10.3%	25.5%
雑貨	93,566	108.6%	16.8%	19.6%
食品	313,470	112.1%	56.2%	13.6%
その他	7,506	100.5%	1.3%	12.2%
合計	557,997	111.0%	100.0%	19.8%

- ①しまむらの値入率は40%程度。部門別に見てみるとそれほど大きな差はない。10年前の粗利益率と比較すると、31.3% ⇒ 33.3% 2%の伸び
- ②コスモス薬品は前年比111%の伸び、その大きな要因は商品構成比と粗利益率にある。食品の構成比56% 粗利益率13.6% 医薬品15.4% 粗利益率35.4% 食品が大手スーパーより15%~20%安い。(客数多い)
- ③ドン・キホーテは訳あり商品が40%。1掛け 2掛けで仕入れている商品もある。粗利ミックスを活用して、客数を増やしている。

＜ドン・キホーテ＞ (418店舗) (百万円)

2018/6期	売上高	前年比	構成比	粗利益率
家電製品	76,698	111.3%	8.4%	公表資料なし
日用雑貨品	217,257	118.4%	23.8%	
食品	311,565	113.5%	34.1%	
時計 ファッション洋品	159,904	100.9%	17.5%	
スポーツレジャー用品	54,946	102.5%	6.0%	
DIY用品	16,216	102.5%	1.8%	
海外	65,480	182.3%	7.2%	
その他用品	11,431	103.5%	1.3%	
合計	913,497	113.9%	100.0%	

◆定番:60% スポット(訳あり商品):40%

これからの経営の最優先事項は“粗利だ・粗利だ・粗利だ” 粗利(率)は自分でコントロールできる範囲が広い。ルールに従ってキチン管理すればすぐ成果が出る。(4月の『④なるほどそうかやってみよう!』を再読してほしい)

『粗利ミックス』とは何だろう? 簡単に言うと「商品によって粗利益率を変え、売上構成比との関係で全体の粗利益率を最大化する方法」 2つの方法がある ①粗利益率の高い部門の売上構成比を上げる ②売上構成比の高い部門の粗利益率を上げる

(5.5 ÷ 19.8)

コスモス薬品	売上高	構成比	粗利益率	相乗積	貢献度
		①	②	③=①×②	③の構成比を表示
医薬品	85,772	15.4%	35.4%	5.5%	27.8%
化粧品	57,683	10.3%	25.5%	2.6%	13.1%
雑貨	93,566	16.8%	19.6%	3.3%	16.7%
食品	313,470	56.2%	13.6%	7.6%	38.4%
その他	7,506	1.3%	12.2%	0.2%	1.0%
合計	557,997	100.0%	19.8%	19.8%	100.0%

＜戦略＞
 *食品で客数を確保して、医薬品・化粧品で粗利を稼ぐ。食品のウエイトは56% 粗利益率は13.6%(スーパーより20%安く売っている)
 *この会社はドラッグストアというよりディスカウントストアだ。貢献度を見ると、食品は全体粗利の38.4%を稼いでいる。前年比111%の売上アップ
 “目立つ 分かりやすい 違いをつくる”
 何で“優位性”を発揮しているかが明白だ。

あなたの店の商品構成と部門別粗利益率を見直して、粗利益率40%を目指そう。
 『儲けが増えるとやれることが増える』 粗利益率優先の経営をやってみよう。ポイントは「先行管理」だ。