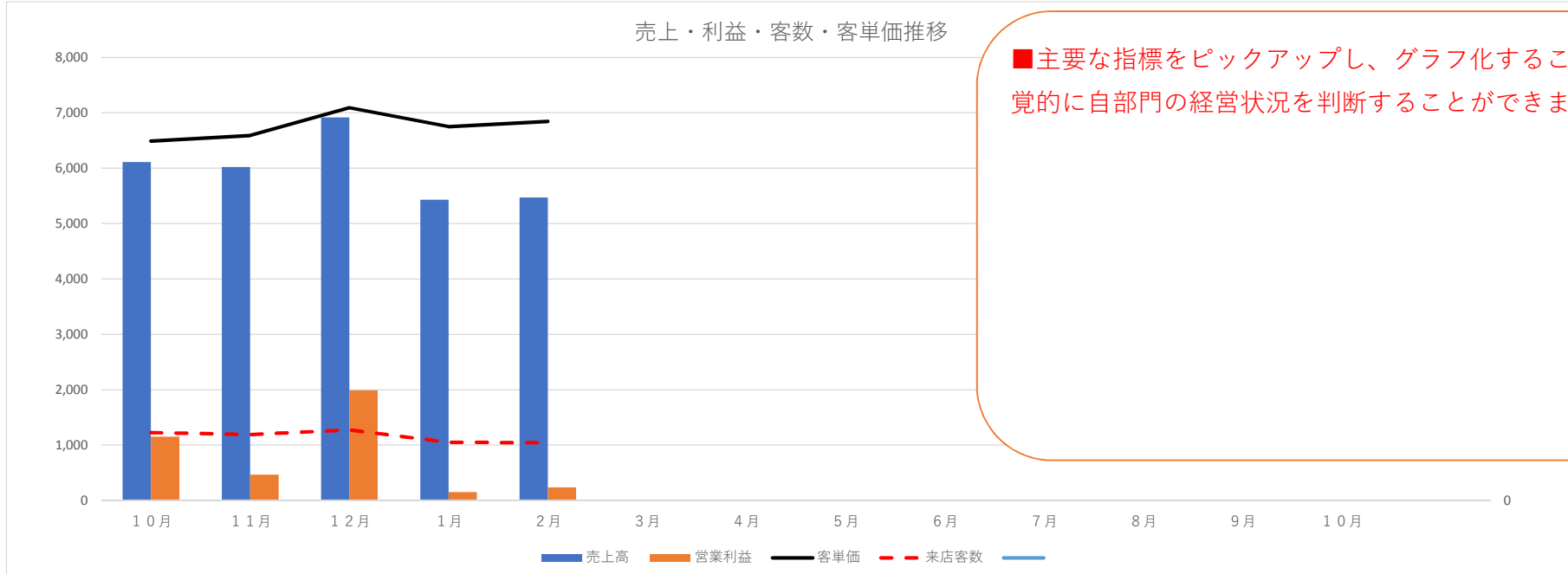


■(個店別)月次損益推移表

指標	単位	○月実績				○月実績				○月実績				○月実績				累計昨年対比(%)	
		当月実績	1年累計実績	昨年対比(%)	累計昨年対比(%)	当月実績	1年累計実績	昨年対比(%)	累計昨年対比(%)	当月実績	1年累計実績	昨年対比(%)	累計昨年対比(%)	当月実績	1年累計実績	昨年対比(%)	累計昨年対比(%)		
A店																			
来店客数	人	1,076		125.1		1,044		121.4		1,115		120.4		919		124.2		913	107.4
■新規客数	人	128																	128
■新再客数	人	68																	68
平均顧客単価	円	5,680																	5,680
P/L	売上高	千円	6,112																
	売上原価	千円	243																
	売上総利益(粗利益)	千円	5,869																
	販売管理費	千円	4,714																
	人件費	千円	2,465																
	販促費	千円	644																
	減価償却費	千円	46																
	その他経費	千円	1,559																
営業利益	千円	1,154				465				1,986				152				237	
顧客動向	新規顧客率	%	11.9%			9.6%				10.5%				7.5%				11.1%	
	リピート率(再来店)	%	6.3%																
成長性	売上高成長率(対前年)	%	115.2%																
	売上高成長率(対前月)	%	99.1%																
収益性	売上高営業利益率	%	18.9%																
	売上高人件費比率	%	40.3%																
	労働分配率(人件費/粗利)	%	42.0%																
	限界利益率	%	96.0%																
	損益分岐点点	千円	4,760																
生産性	店舗従業員一人当り顧客数(月)	人	179																
	店舗従業員一人当り売上高	千円	1,019																
	従業員一人当り営業利益	千円	192																
	m <sup>2</sup> (or坪)あたりの売上高	千円																	

■来店客数等を毎月、時系列に追いかけることで、その店舗(事業所もしくは事業部門)が、成長期、停滞期なのか、衰退期なのかのかわかります。  
 それにより、経営戦略上の「策」を変更することが可能となります。  
 ■売上高、営業利益、経費も同じで、月次で推移を追いかけることで、経営戦略上の打つ手が決まります。

■経営指標を時系列に並べ、分析することで、店舗(事業)の勢い、地域性、店長のマネジメント手腕等がわかってきます。  
 経営としては、収益性、生産性、成長性を高めるべく、戦略上の施策を打って出て、だめな場合は代替プランに切り替える等の判断を行う。



■主要な指標をピックアップし、グラフ化することで、視覚的に自部門の経営状況を判断することができます。