

新連載

企業経営の方程式

経営の実践に役立つ方程式をご紹介します



芳賀 保則
(はが やすのり)

税理士・中小企業診断士・ITコーディネーター
代表を務める「税理士法人ハガックス」は
東京に2拠点(渋谷・秋葉原)
認定経営革新等支援機関

今日の方程式

売上アップに役立つ方程式「売上＝客単価×客数」

1. ある飲食店オーナーとの会話

オーナーA:「先月メニューを見直して値上げをしたんです」

税理士H:「仕入価格が上がっていますからね。それでどうになりましたか?」

A:「季節の限定メニューが良かったのか、値上げ後もお客さんは増えて売上も大きく上がったんですよ!お酒のオーダーもよく入っているようだ客単価も上がっているはずです」

H:「集計はまだしていないのですか?」

A:「色々な集計機能のあるレジに変えたばかりだけど、忙しくてね・・・」

H:「私が簡単に分析してみようか」

A:「それは助かります!ぜひ、よろしくお願いします」

2. 今日の方程式

売上アップに役立つ方程式は、とてもシンプル。それは「売上＝客単価×客数」です。まずは、この方程式を意識して売上を分解していきましょう。

客単価が増えているということは、顧客のニーズを捉え商品(サービス)の価値を高め、新商品を投入したり顧客サービスを向上したりすることができているということです。

客数が増えている場合は、既存顧客の満足度が上がり、リピート数が増えている場合や、マーケティングがうまくいくことで新規顧客が増えていることが想定できます。

3. 分析をしてみよう

税理士H:「先月の売上を1年前と比較してみたのですが、確かに客数は15%アップしています。一方で、客単価に変化はありません。飲み物が10%、食事で5%の値上げになっていますが、その分注文数が減ってしまっていますね。何か客単価について心当たりはありませんか?」

A:「なるほど。急に忙しくなってオーダーを滞らせてしまっていたことが影響したのかな。明日からは客数を増やすだけでなく、サービス改善して客単価を上げられないか、現場スタッフと模索してみます。またよろしくをお願いしますね!」

4. 活用法

消費者のニーズや、世の中の環境の変化に柔軟に対応していくためには、時々刻々と変化する販売情報を分析し、この方程式を使いながら、営業戦略に反映していく必要があります。商品別の客単価や客数の増減がわかれば、客数が減少している商品に手を加えたり、客数が増加している商品に特化してさらなるマーケティングをしたりなど、対応策が検討できます。

また、季節別に売上の推移を分析すれば、売れ行きのピークに合わせ先回りしたマーケティング活動を行うことができます。

5. 前提

ところで、この方程式を効果的に使う大前提に、売上の目標を掲げていることがあります。

一定規模以上の会社では、経営理念や経営方針を定め、中長期の事業計画を作成し、また単年度において売上目標や予算編成を行い、部門ごとに部門長が定められた業績評価指標に対し責任を負っていることでしょう。

一方、従業員10人程度の小企業においては、変化に対する機動力は高いものの、経営者の勘に頼る経営をしていることが多く、目標の明示を怠り従業員の自発的な行動が生まれにくいこともしばしば。

このような会社は、まず、「売上＝客単価×客数」の方程式を利用して年度ごとの売上目標を定め、従業員に共有します。これにより目標と実績との差異分析ができ、変化を機敏に察知することが可能です。

また、最前線の現場スタッフに会社全体の売上目標をそのままたせても効果は低いので、スタッフ自身がコントロールできる、一人当たり注文受け数などを掲げることで具体的な行動を促すと良いでしょう。

6. おわりに

今回は、企業経営の方程式として、売上アップに役立つ方程式について飲食業を例に紹介しました。経営は、知識ではなく技能です。知っているということと、実現できるということとは違います。ぜひ、この知識を実践で応用し、経営に役立ててみてください。