

**棚POWER<sup>®</sup>** テキスト

棚割分析編 (Ver17.00)

2009年12月



## 目次

1. 売上情報がなくても可能な分析 -----	1
ハイライト分析 .....	1
ゾーニング ゴールデンゾーン	
構成比率表 .....	3
分布表 .....	5
色設定 色分棚割表 色分棚割図表	
2. 売上情報の登録 -----	7
データの準備 .....	7
データの登録 .....	7
ユーティリティ・データ変換	
登録データの確認 .....	10
メンテナンス・売上情報	
売上情報の割り当て .....	11
モデル設定・分析設定 1~3	
商品リスト・[比較] .....	12
3. 売上情報を使用して行なう分析 -----	13
構成比率表 2 .....	13
ドリルダウン Excel グラフ出力	
分布表 2 .....	16
A B C 分析 売数回転 バスタブ理論	
トレンド分析 .....	18
回帰線	
価格帯グラフ .....	19
価格ライン 価格帯平均 売場平均	
価格帯ポートフォリオ .....	21
バブルチャート .....	22
マトリックス分析 .....	23
散布図 .....	26
2モデル同時表示分析 .....	27
凡例の色 出力方法	
棚割チェック .....	30
4. 分析帳票作成 -----	33
分析表 .....	33
ユーザー計算式 クロスA B C 粗利ミックス	
クロス分析表 .....	36
A B C 分析	
クロスA B C 分析表 .....	37

棚POWERには、棚割分析とPOSデータのみを分析するPOS分析があります。

ここでは、既存の分類属性や売上情報を利用して棚割を分析する方法の概要と操作を説明します。

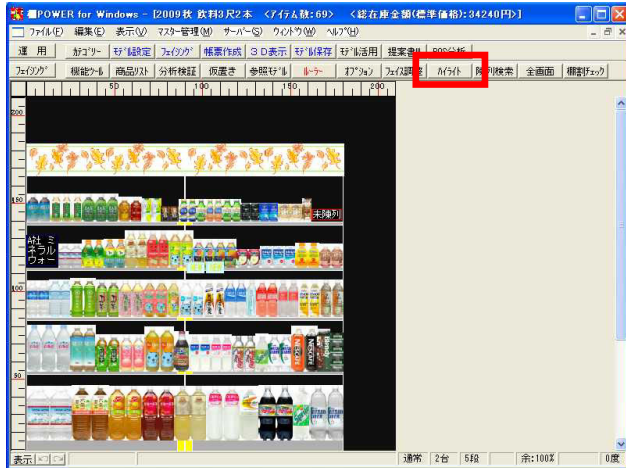
棚POWERの棚割分析は売場（モデル）とPOSデータ（売上情報）を結びつける分析検証機能などにより、多彩な視点から現状の課題点を探ることができます。

### 1. 売上情報がなくても可能な分析

取引先からPOSデータを手に入れないという場合もあると思いますが、売上データが無くても分析は可能です。

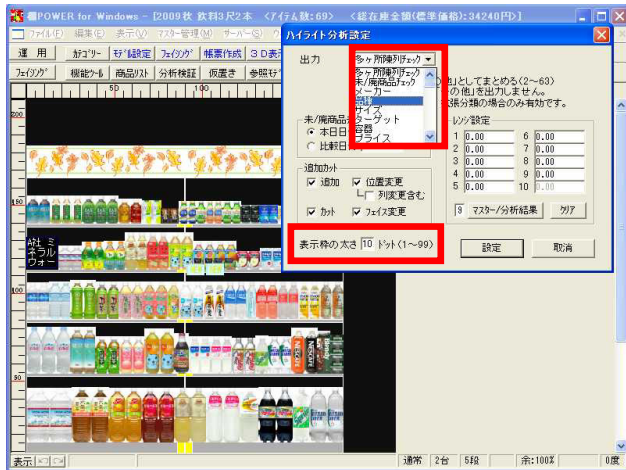
#### ハイライト分析

ハイライト分析では、陳列商品を分類や分析結果により色分け表示できます。

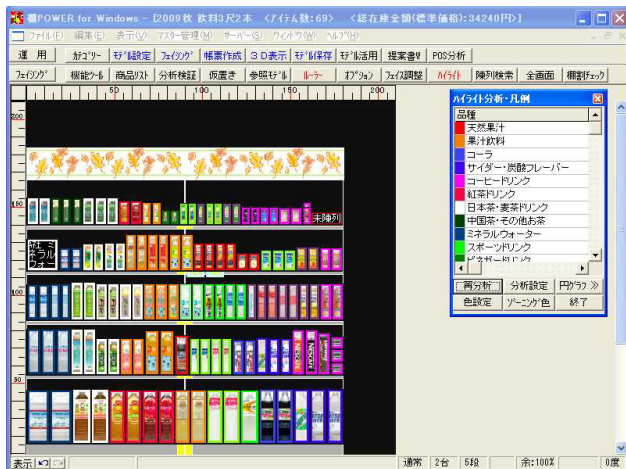


1. モデル設定より、分析したいモデルを選択し、フェイスング画面を開きます。
2. 売上情報を使用しない分析を行ないます。フェイスング画面で手軽にできる分析機能としてハイライト分析があります。

ハイライト をクリックします。



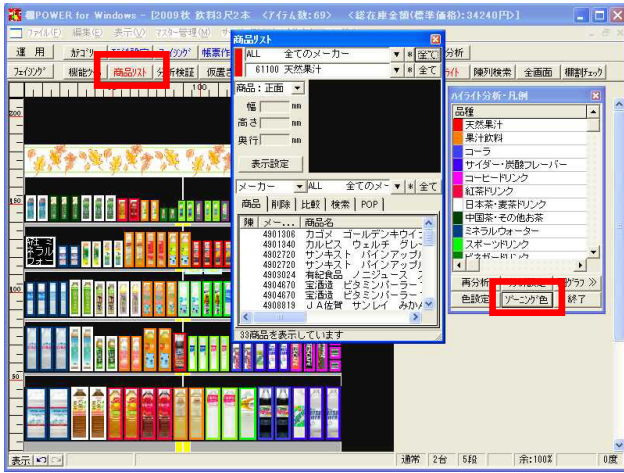
3. 出力値はリストから「多カ所陳列チェック、未/廃品チェック、各分析属性、標準売価や基本売価」などが選択可能です。「品種」を選択します。
4. 商品を囲む表示枠の太さを調整したい場合は「表示枠の太さ」の値を変更し、設定 をクリックします。



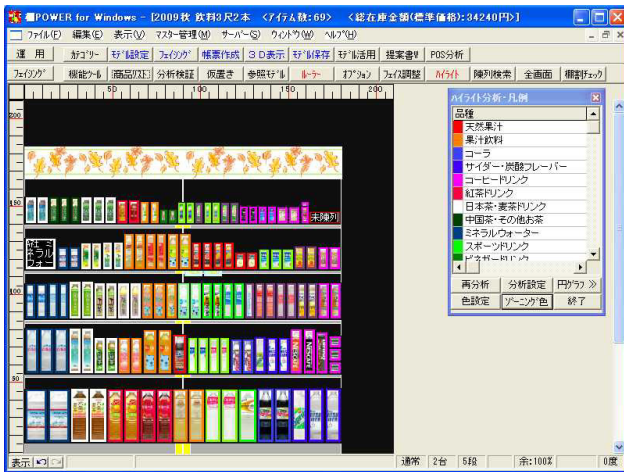
5. 表示枠サイズの設定により、商品イメージを常に確認しながらの陳列も可能です。

モデルがハイライト表示され、凡例ウィンドウも画面に表示されます。

ハイライト分析で、ゾーニングを意識した陳列がしやすくなるのを確認しましょう。



6. 商品リスト をクリックします。
7. ハイライト分析中に、凡例と商品リスト左上のゾーニング色が揃っているとゾーニングを意識した陳列をしやすいため、ゾーニング色 をクリックします。  
凡例の色と商品リスト左上の色が揃っているか確認します。  
  
これは、ハイライト分析の出力値に、商品リストの2つ目の分類（ここでは「品種」）を設定している場合のみ有効です。



8. 棚POWERでは、このように商品の分類属性などを基準にして、モデルのゾーニングを視覚的に確認できます。

**ゾーニング**

生活者の立場に立ってグルーピングした（括った）商品が、売場のどの位置に、どれだけのスペースをとるか、を設定する行為です。

生活者が売場に立ち寄った時、ひと目で自分の買いたい商品を探せるように配置する、または特定商品を買いに来た生活者に代替商品を認識させ比較購買してもらう事を狙います。

**パワーグループの分散**

売上金額や数量の高いパワーグループを集中して配置すると、その部分だけがよく売れて他はあまり売れなくなってしまうため、パワーグループは分散して配置したほうが、売上げ増を見込めるとも言われます。

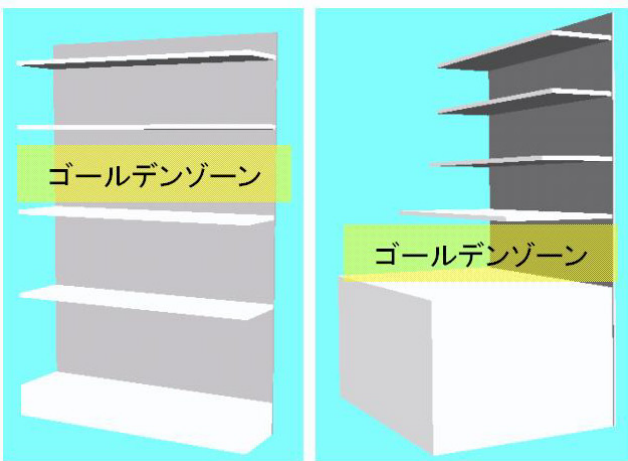
**右側優位**

客動線にもよりますが一般に人の視線は左から右へ流れる特性があるため、商品が並んでいる場合右側が優位とされます。同商品で大容量のものを右側へ、製造年月日の古いものは右側へという具合です。実際には、陳列の都合や、POPの活用により位置を問わない場合もあり、一般的なセオリー通りに事が進むわけではありません。「陳列してみてもう良かったか」を検証し、次回棚割で改善するという継続的取り組みが必要です。

9. 陳列の要素となるゴールデンゾーンについて確認します。

<通常棚>

<冷蔵ショーケース>



商品を陳列する際に「見やすく」「手に取りやすい」位置をゴールデンゾーンと言い、主に主力商品や季節商品を陳列しますが、このゴールデンゾーンの位置は什器形状によって違いがあります。

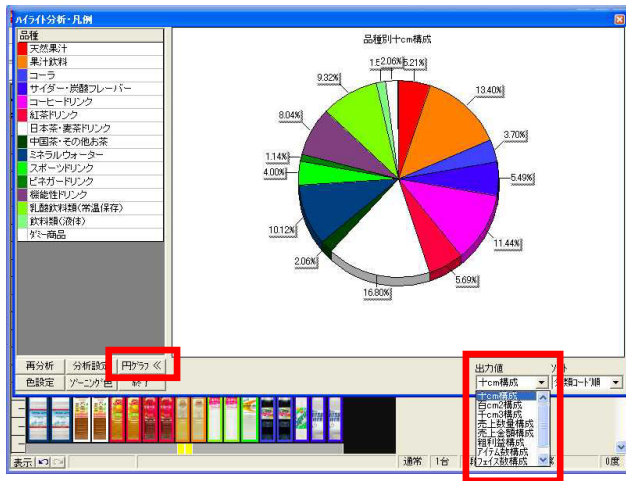
**通常棚（直立型什器）の場合**

人の胸からウエストの範囲に相当する棚の高さを指します。

**冷蔵ショーケースの場合**

最下段の高さがウエストレベルにあり、他の棚よりもスペースが広いので商品露出度は最大になります。

このゴールデンゾーンに「売りたい商品を配置することで売上を伸ばす」効果を期待したり、「成長グループを置いた方が相乗効果を狙える」など政策的観点から陳列を考えます。



10. 円グラフで棚内の品種別のアイテム数構成比や、1cmあたりのスペース構成比を確認できます。

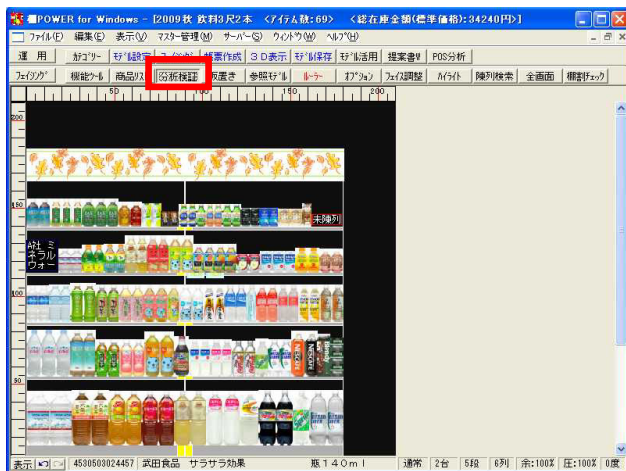
凡例内の 円グラフ をクリックすると、凡例の隣に円グラフを表示します。

円グラフは分類属性1~6, 売・仕入先, 拡張分類1~22で表示している場合のみ有効です。

11. 「出力値」から確認したい構成を、「ソート」から表示ソート順を選択可能です。

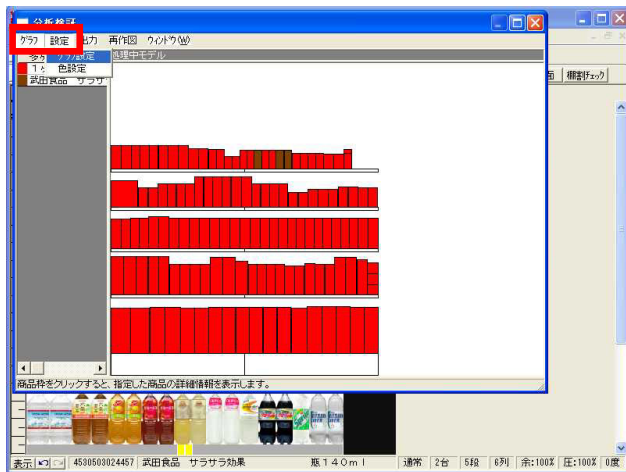
### 構成比率表 (売上情報なし)

構成比率表では、カテゴリ別やメーカー別などの括りで、そのカテゴリが売場を占めているスペースが確認できます。



12. 分析検証機能は、フェイシング中に別ウィンドウを表示し、その中で分析を行なうものです。

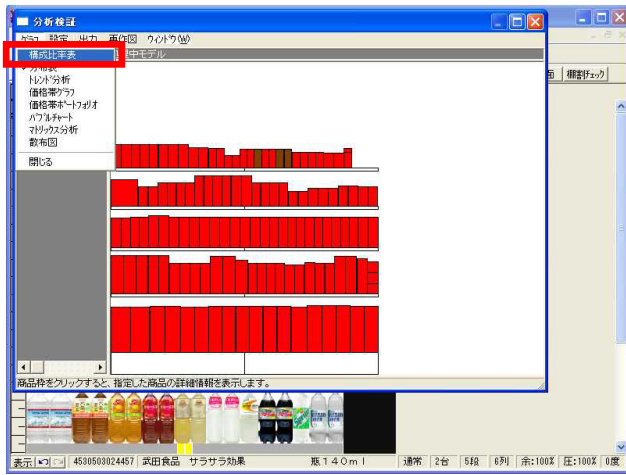
分析検証 をクリックします。



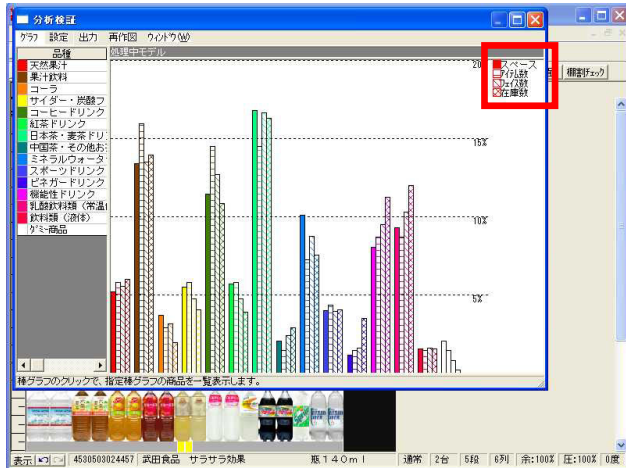
13. 分析検証機能の利用方法は次の通りです。

プルダウンメニュー「グラフ」よりグラフの種類を選択します。

グラフの詳細設定は、プルダウンメニュー「設定」の「グラフ設定」より行ないます。

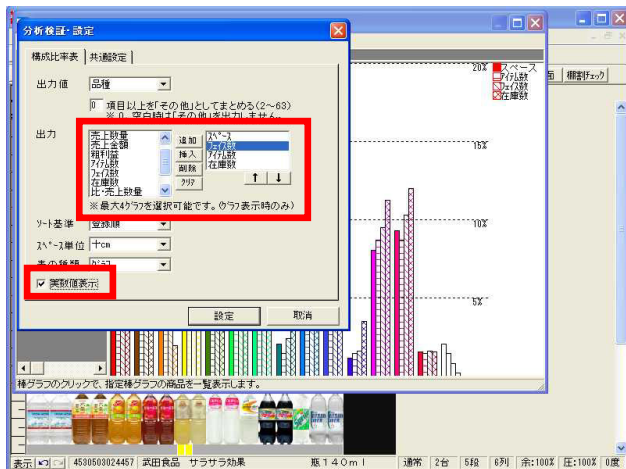


14. グラフ・構成比率表をクリックします。



15. 現在は右上の凡例の通り「スペース、アイテム数、フェイス数、在庫数」の4本のグラフが表示されています。

左 赤枠の拡大図

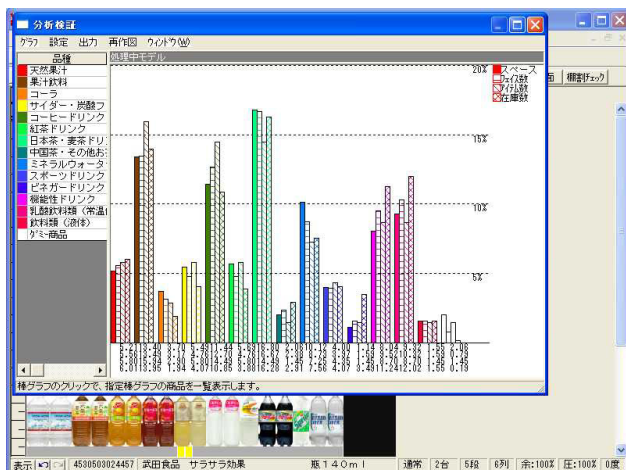


16. 設定・グラフ設定をクリックします。

売上情報が割り当たっていない状態では「スペース、アイテム数、フェイス数、在庫数」の項目が出力可能です。売上情報が割り当たっている場合は「売上数量、売上金額、粗利益」などの売上情報項目も選択可能になります。

17. 棒グラフの出力順は自由に設定可能です。入換えるには、 や  を使用します。

18. グラフの下に実数値を表示するため「実数値表示」にチェックを付け、  をクリックします。



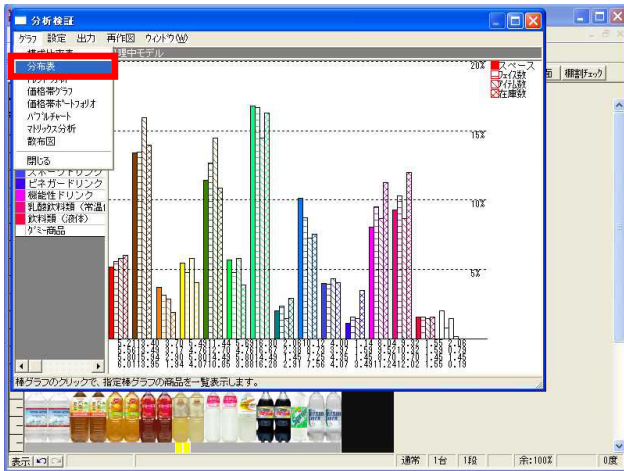
19. 凡例の表示が変わり、グラフの下に実数値も表示されました。これは、選択した分類属性毎のスペース生産性を確認できるグラフです。

売上情報の無い場合は、メーカーや品種、ブランドといった、既に登録済みの分類属性を利用して、分類別に売場でのスペース構成やアイテム数やフェイス数を表示し、検証する事ができます。

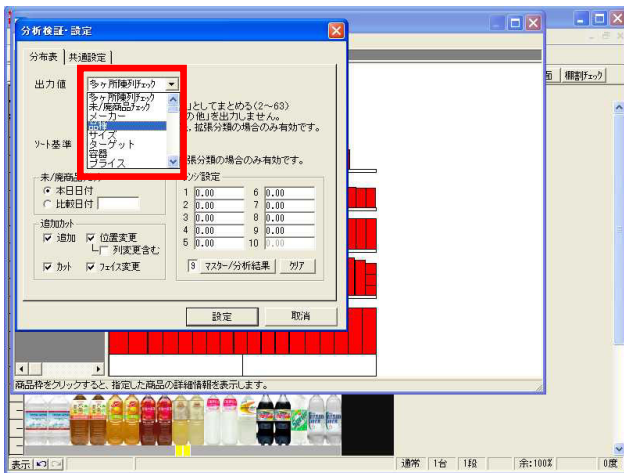
これは「品種」の構成比率表グラフです。POSデータを手でなくても、一般的な品種構成などの比較に利用できます。

分布表（売上情報なし）

ハイライト分析と同様にゾーニングの確認や、ミスで2重陳列していないか、などのチェックが行なえます。



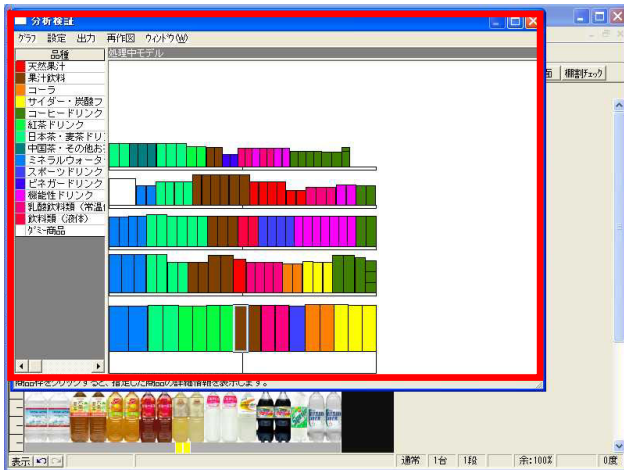
20. グラフ・分布表をクリックします。



21. 設定・グラフ設定をクリックし、出力値を確認します。

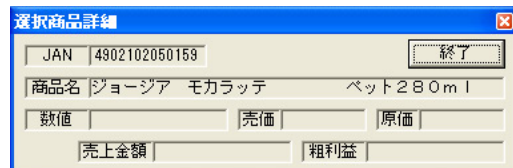
リストから選択できる出力項目はハイライト分析と同じです。

この中から「品名」を選択し、設定 をクリックします。



22. ハイライト分析はフェイスング上で色分けして表示しましたが、こちらは別ウィンドウで確認します。

商品をクリックすれば単品の情報「選択商品詳細（下図）」が表示します。

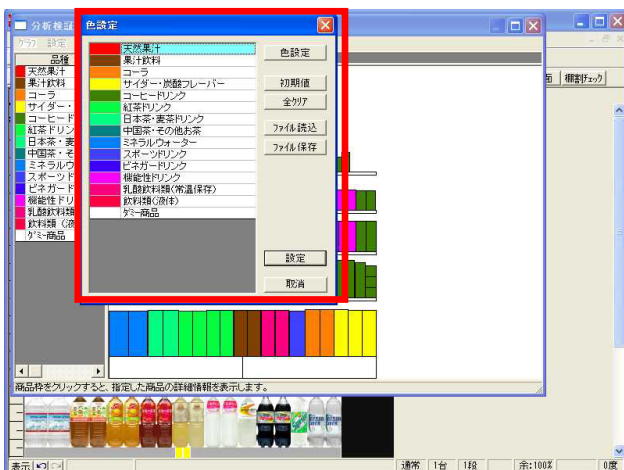


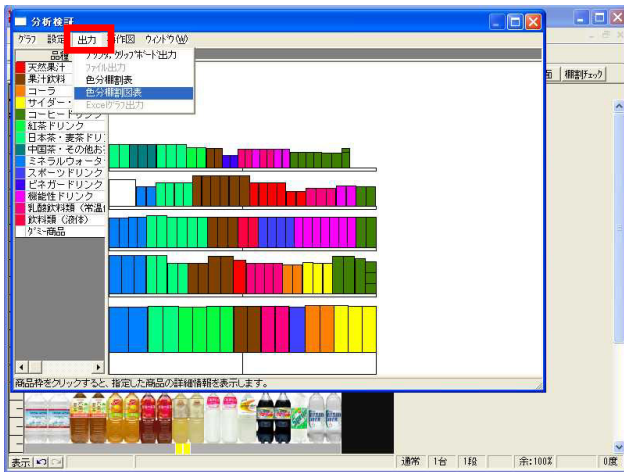
23. 特定の品種や自社メーカーの分布を確認したいという場合には、設定・色設定をクリックします。

色設定ウィンドウの 全クリア で色設定をクリアします。

色を設定したい項目を選択、色設定 で着色したい項目だけに色を指定し 設定 すると特定品種、1メーカーのみなど色付けすることができます。

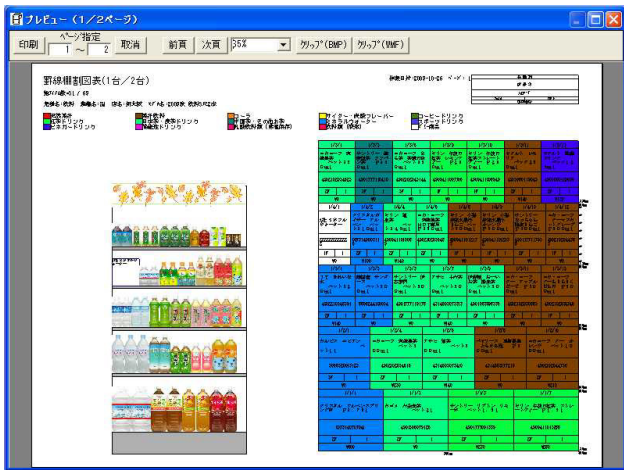
元の色設定に戻す場合は、色設定ウィンドウで 初期値 をクリックします。





24. 分布表の結果に基づき、棚割表・棚割図表を色分けした出力が可能です。

出力・色分棚割図表をクリックします。



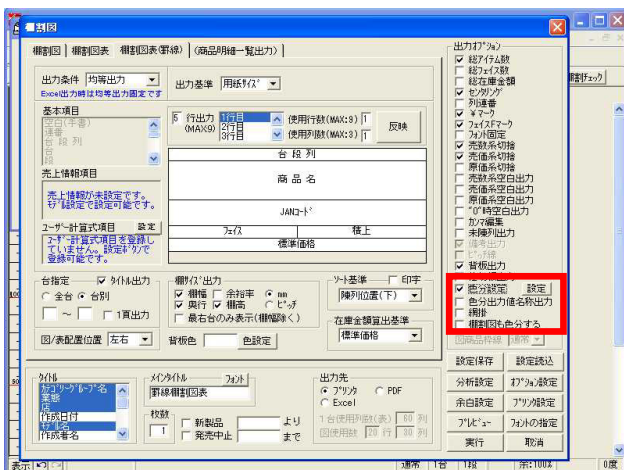
25. 設定画面で出力したい帳票を選択し、設定後 プレビューをクリックします。

帳票の設定方法や出力方法は通常の帳票作成と同様です。



26. この色分棚割表、色分棚割図表は、分布表からではなく、帳票作成からも出力可能です。

帳票作成・棚割図・[棚割図表(罫線)]から確認します。



27. 出力オプション内の「色分設定」を有効にし、設定 から何で色分けするかを設定します。

「棚割図も色分する」を有効にすれば、表だけでなく図にも色分けした結果を表示できます。

ここまでは、POSデータなどの売上情報が無い場合にも活用できる分析方法を学習しました。



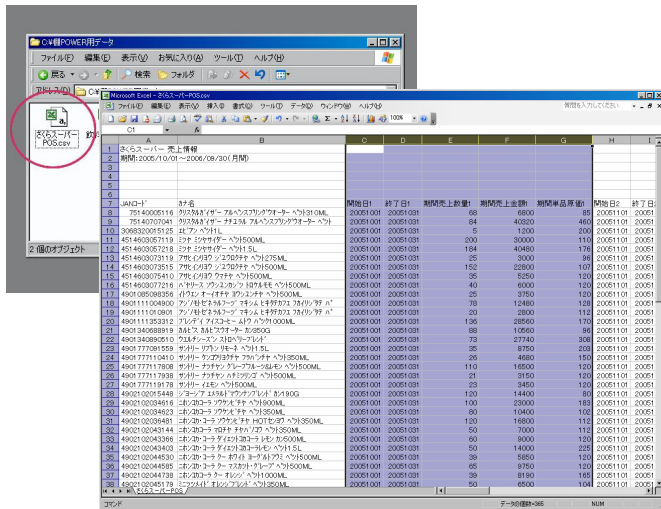
## 2. 売上情報の登録

### 売上情報の準備

売上情報を利用するとさらに詳細な分析結果を得ることができます。

ここからは、POSデータを取り込み、モデルに割り当て、分析する、一連の方法を学習します。

まずPOSデータを取り込む方法です。



- 取引先から左記のようなPOSデータをテキストファイル（CSV）形式でもらったと仮定し、取り込みます。

取り込むデータは、JANコード等各項目が列毎に縦に整理されている必要があります。

縦に同商品が重複している場合は上書きしてしまうため、重複している商品データの最後の内容だけが反映することになります。

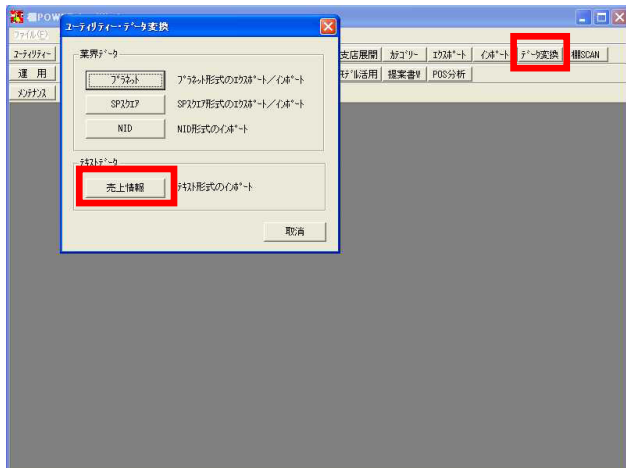
これから学習する方法は、取引先や提供元によって異なる書式の売上情報もテキストファイル（CSV, TXT）形式であれば手順を追っていただけで簡単に取り込める方法です。

この他の売上情報取り込み方法として、

ユーティリティ・売上情報を利用した方法があります。こちらは、棚POWER専用の形式に合ったデータを用意する必要があります。

### データの登録

POSデータ等の売上データを、棚POWERに一括登録します。

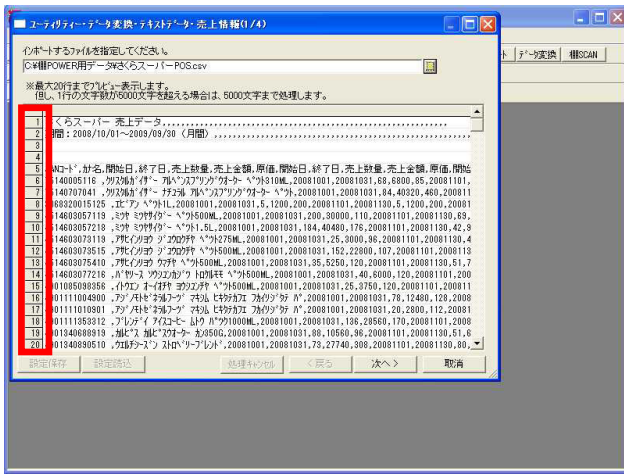


- ユーティリティ・データ変換・テキストデータの売上情報 をクリックします。



- インポートする売上情報のファイルを指定するため フォルダ をクリックします。

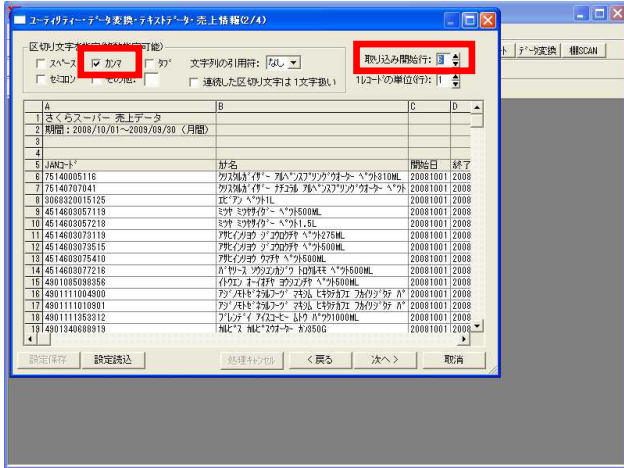
既存のCSVファイル（ここでは「さくらスーパーPOS.CSV」）を選択し 開く をクリックします。



31. データの内容が表示されました。

サンプルとして、取り込みファイルの上から20行分のみ表示されますが、21行目以降のデータも取り込まれます。

次へ をクリックします。

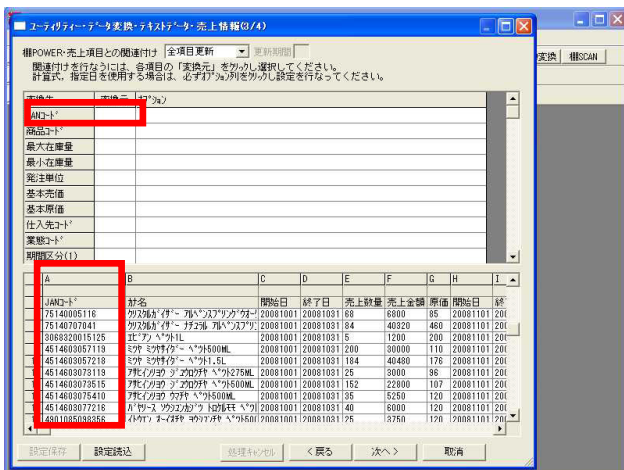


32. テキストデータですので、データをどこで区切るのか、区切り文字を指定する必要があります。  
「カンマ」にチェックを入れます。  
データが線で区切られ、表形式になります。

**注意**  
もとのデータに3桁区切りのカンマなどが付いた状態ではデータを正しく区切ることはできません。  
取り込み前に必ずカンマを外す編集が必要です。

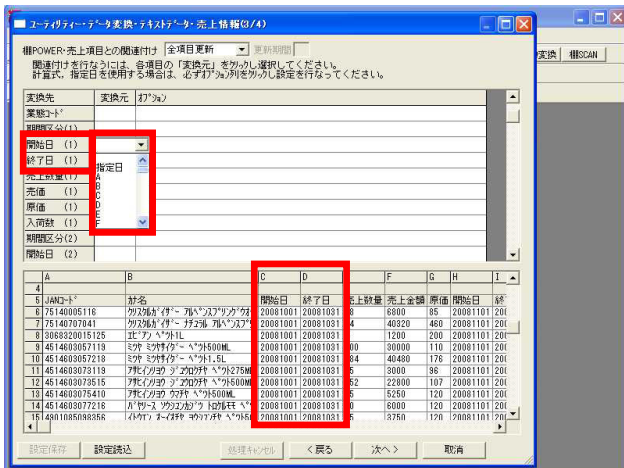
33. 取り込み開始行を指定します。  
実際のデータ以外（項目名など）は取り込みません。  
ここでは取り込み開始行は「6」となります。  
指定すると取り込まない部分は薄いグレーになります。

次へ をクリックします。



34. 棚POWERの売上情報項目にどの列の情報を割り当てるかを指定します。

例えば、「JANコード」の「変換元」にはA列を割り当てるので、空白セルを一度クリックし一覧より「A」を選択します。

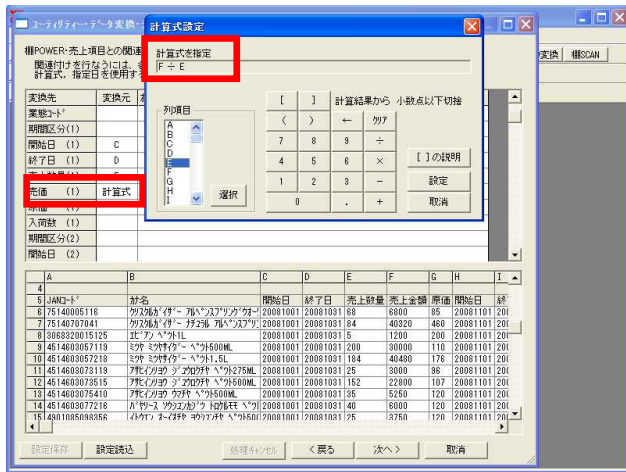


35. 「開始日」「終了日」は売上情報が「何月何日～何月何日」のデータなのかを表す日付です。

「開始日(1)」の「変換元」には「C」を割り当てます。  
「開始日」「終了日」については「指定日」を選択して右隣に日付を「20081001」のように8桁で入力することも可能です。同じように「終了日(1)」には「D」を割り当てます。

ここでの(1)とは、登録できる期間数24期間の内、1期間目に登録する事を示しています。また、今回のデータは月単位ですが、週単位の場合は7日毎の日付を入力します。

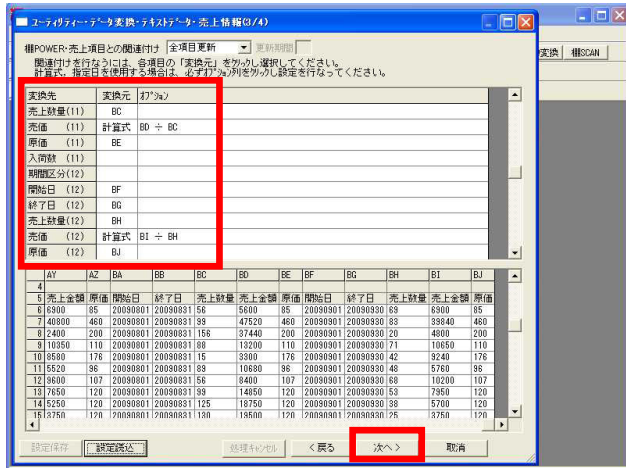
36. 続いて「売上数量」「原価」などのデータを割り当てます。



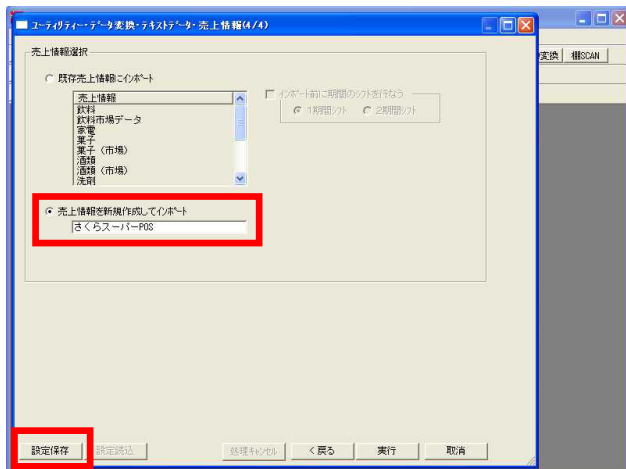
37. 「売価(1)」は単品の売価を登録する項目です。売上金額データとして売上総合計の値が入っている場合には「計算式」を選択し、計算式を設定して取り込むことが可能です。

38. 計算式を設定します。「F列の売上金額÷E列の売上数量」で単品の売価が出る場合は、列項目「F」をダブルクリックし、「÷」をクリック、列項目「E」をダブルクリックします。

結果は次のような計算式になります。「F÷E」  
計算式を確認し、設定 をクリックします。



39. 同様に必要な期間分、各データを順に指定し、次へ をクリックします。

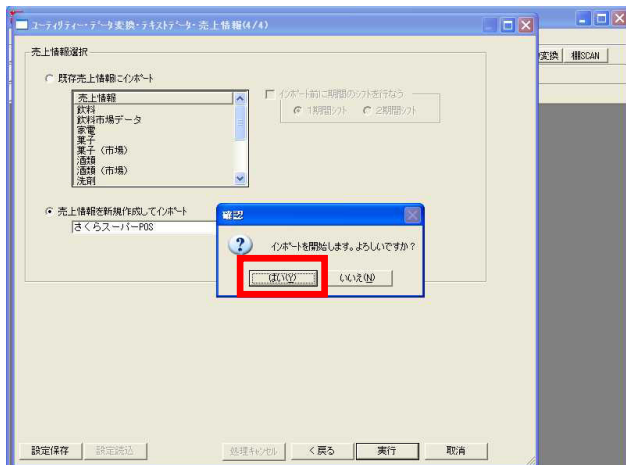


40. ここでは、新規売上情報として取り込むのか、既存の売上情報に取り込むのかを選択します。

売上情報を新規作成してインポートを選択し、名称は任意の名称を入力します。

このような設定を毎回行なうのは大変です。設定保存 で名前を付けてこの設定を保存しておき、次回からは同じ設定を呼出して利用する事も可能です。

取り込みを開始するため、実行 をクリックします。



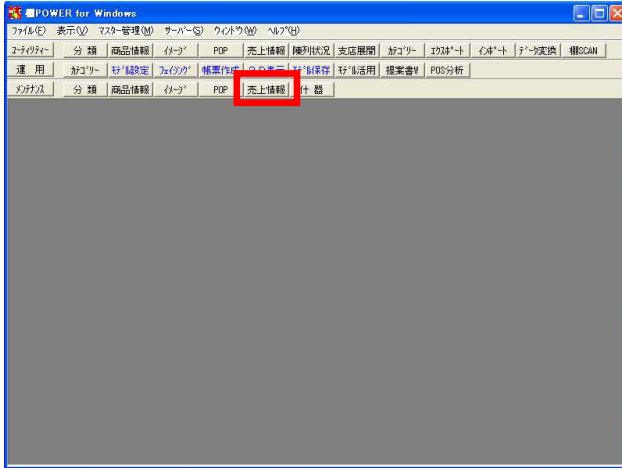
41. 「インポートを開始します。よろしいですか?」と表示されたら はい をクリックします。

終了すると「件インポートしました」と表示されるので OK をクリックします。

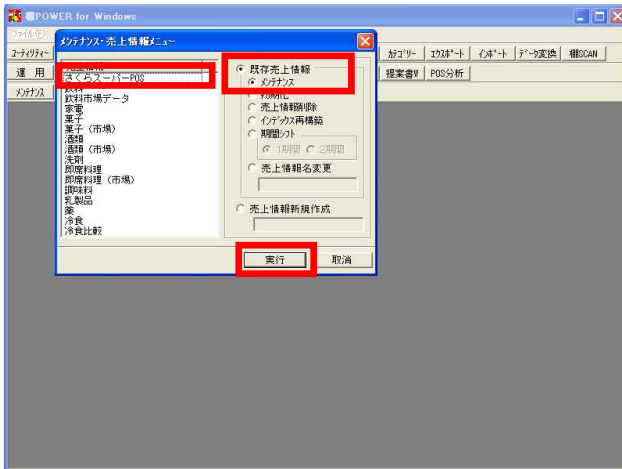
取消 をクリックし、モデル選択だけがされている状態に戻ります。

登録データの確認

ユーティリティ・データ変換・テキストデータ 売上情報 から登録したデータを、一覧形式で確認します。

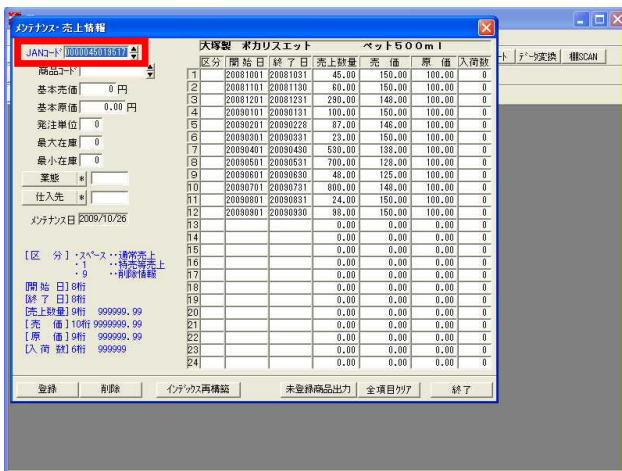


42. メンテナンス・売上情報 でインポートしたデータの内容を確認します。



43. メンテナンス・売上情報で先ほど取り込んだ売上情報を選択し、右の既存売上情報・メンテナンスを選択し 実行 します。

メンテナンス・売上情報 画面の「既存売上情報」で、「初期化」を選択すれば、登録データを削除し、「売上情報削除」を選択すれば、選択した売上情報そのものを削除します。



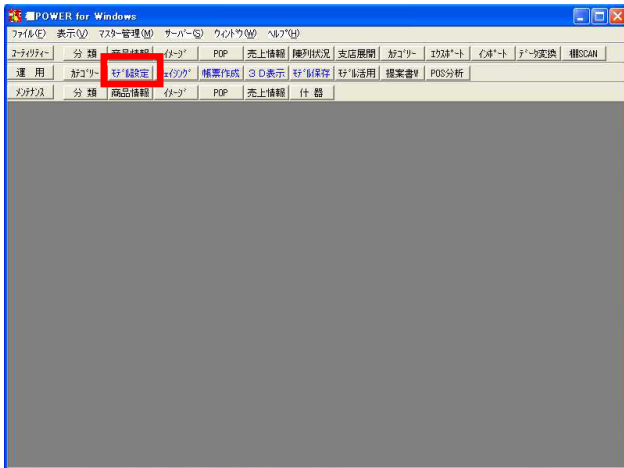
44. JANコード右横のスピンボタンをクリックして情報を呼び出します。

取り込んだ期間データ分、JAN毎に売上情報が正しく取り込まれているか確認します。

確認できれば 終了 、 取消 をクリックします。

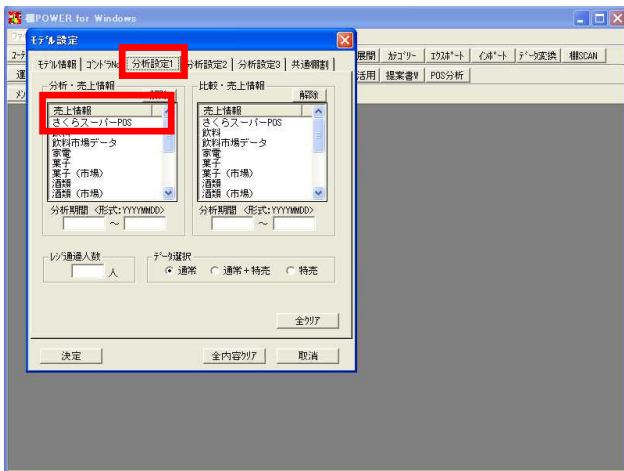
売上情報の割り当て

登録した売上情報を、分析するモデルに割り当てます。



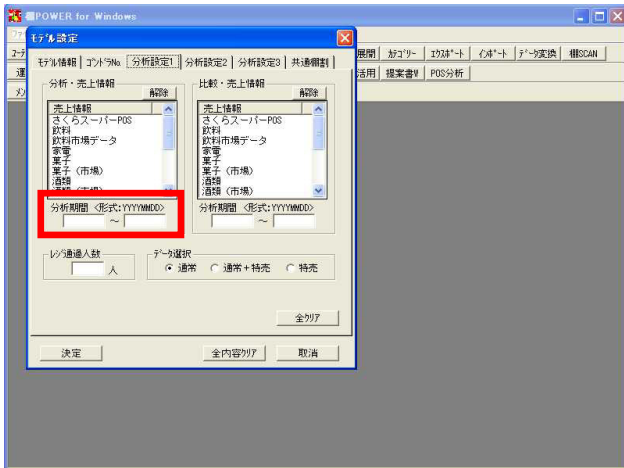
45. インポートしたPOS情報がどのモデルを使用している店舗のPOS情報なのかを棚POWERで割り当てます。

モデル設定 をクリックし、分析検証を行ないたいモデル（ここでは「2009秋 飲料3尺2本」を既に選択済です）のモデル情報を確認します。



46. モデル設定・[分析設定1]をクリックします。

画面左側の「分析・売上情報」のリストから「さくらスーパー-POS」をクリックします。

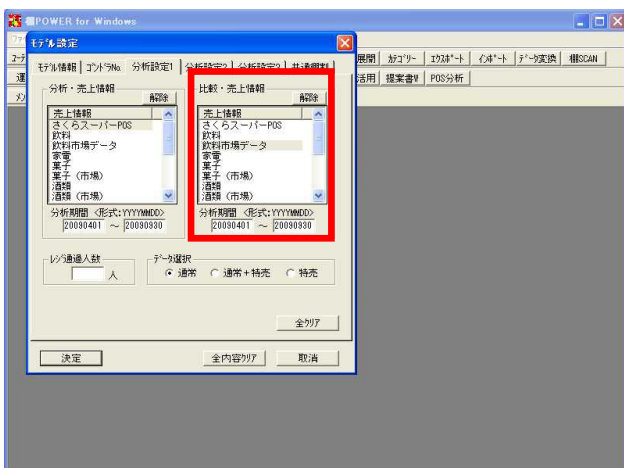


47. 「分析期間」では、指定した売上情報のうち「どの期間の分析を行なうか」を年月日で設定します。

登録したデータ全期間分を利用して分析する場合設定は不要ですが、特定の期間のみ分析する場合は設定が必要です。

今回は取り込んだデータ1年分のうち直近の6ヶ月2009年4月～9月分で分析するため「20090401」～「20090930」と入力します。

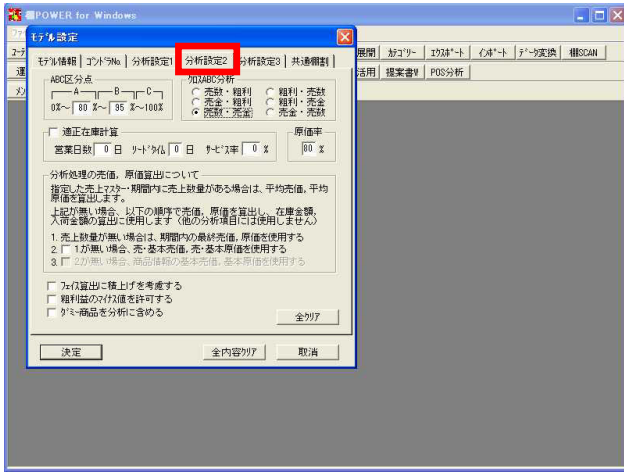
この時、例えば2009年9月15日～9月30日の2週間分だけを分析したいからと「20090915」～「20090930」と入力しても、データをこの区切りで登録していないため分析はできません。必ずデータ登録時に「開始日」「終了日」として登録した期間を含むように年月日を設定する必要があります。



48. 右側の「比較・売上情報」にも市場データなどを割り当てます（ここでは「飲料市場データ」を利用しています）。

ここで割り当てた内容については、フェイシング時に利用できる機能があります。

（P12 51.「商品リスト・[比較]」を参照）

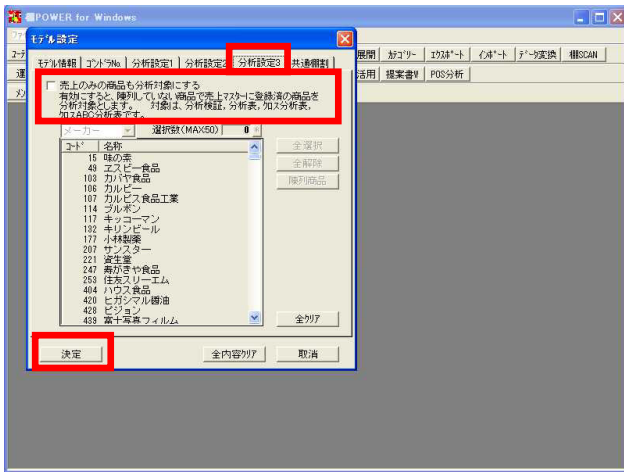


49. [分析設定2]をクリックします。

ABC区分点では「ABC分析」を行なう場合に、各ランクを何%で区切るかを決定します。  
ここでは既定値のまま進みます。

クロスABC分析では、「売上数量」「粗利益」「売上金額」のうち2つの要素を組み合わせて分析する「クロスABC分析」の場合にどの要素を組み合わせるかを決定します。  
ここでは「売数×売金」を選択します。

原価率では、原価データが未登録の場合にここで設定した数値を利用して粗利益を算出するため、既定値を設定できるようになっています。80%に設定します。



50. [分析設定3]をクリックします。

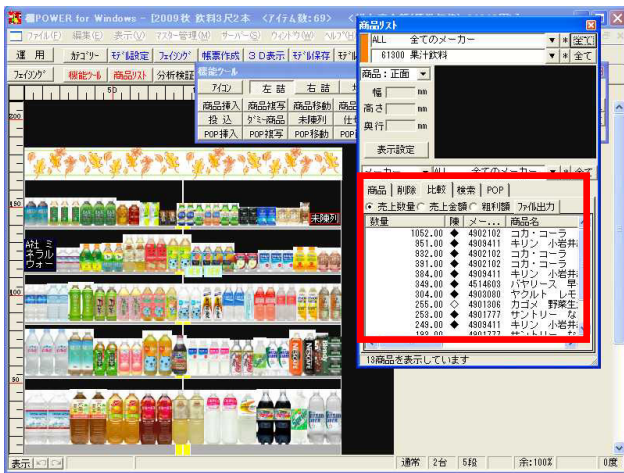
「売上のみの商品も分析対象にする」を有効にし、分析対象となる分類、その分類で分析対象とするコードを選択すると、売上情報はあるが棚には陳列していない商品を分析対象とすることができます。

以上で、モデルに売上情報の割り当てが完了しました（ここでは「モデル：2009秋 飲料3尺2本」に「分析・売上情報：さくらスーパーPOS」, 「比較・売上情報：飲料市場データ」を割り当てています）。

決定 をクリックします。

### 商品リスト・比較

フェイスング上で比較・売上情報を使用して、分析を行ないます。



51. 運用・ フェイシング をクリックしてモデルを確認します。

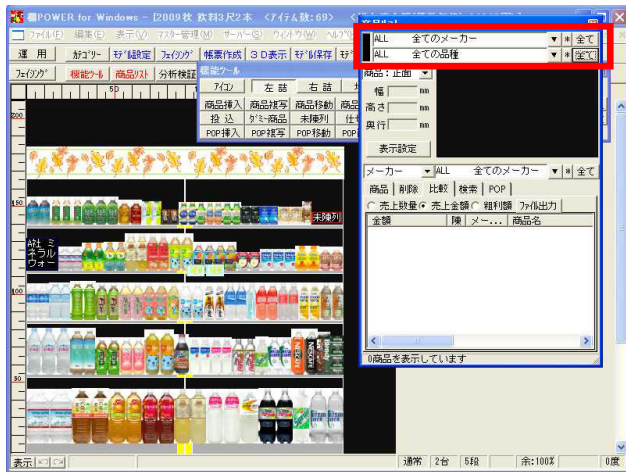
先程割り当て作業を行なった[分析設定1]・「比較・売上情報」の利用方法を確認するため、商品リスト・[比較]をクリックし、「売上金額」を選択します。

この比較リストで使用している売上数量や金額は、[分析設定1]・「比較・売上情報」で割り当てた売上情報です。

52. 項目名がソート（並べ替え）ボタンですので「金額」の項目をクリックします。

これで売上金額順に商品が並びます。  
昇順降順の切り替えは項目名クリックで行ないます。

53. 棚に陳列している商品には マークが、  
仮置きに置いてある商品には マークが付いています。



54. 比較・売上情報に市場データなどをセットすることで、それ以外の商品が市場でどのように評価されているのかを確認でき、市場で売れているのに陳列していない売り逃し商品の発見が可能です。

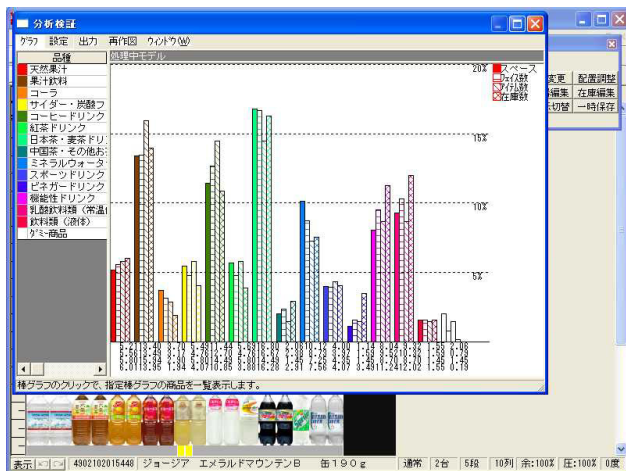
**注意**  
商品リストの2つ目の分類（ここでは「品種」）を全てに設定すると比較リストは表示されません、必ず2つ目の分類を選択する必要があります。

各分析検証グラフの説明時に「比較・売上情報」を使ったグラフの表示方法も確認します。

### 3. 売上情報を使用して行なう分析

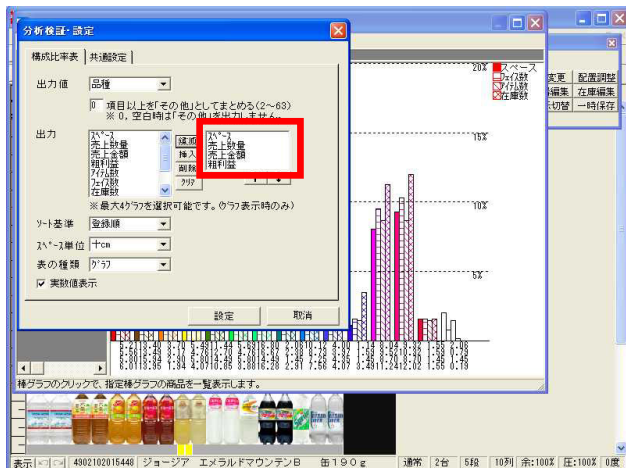
#### 構成比率表（売上情報あり）

売上情報登録後の構成比率表を学習します。売上情報登録後は、売上数量や金額、粗利益から、より効率良いスペースを考えるための分析を行なえます。



55. 売上情報を割り当てる前と後では、分析グラフの種類や、同じ分析グラフでも項目に変化があります。

フェイスング・分析検証をクリックし、グラフ・構成比率表をクリックします。

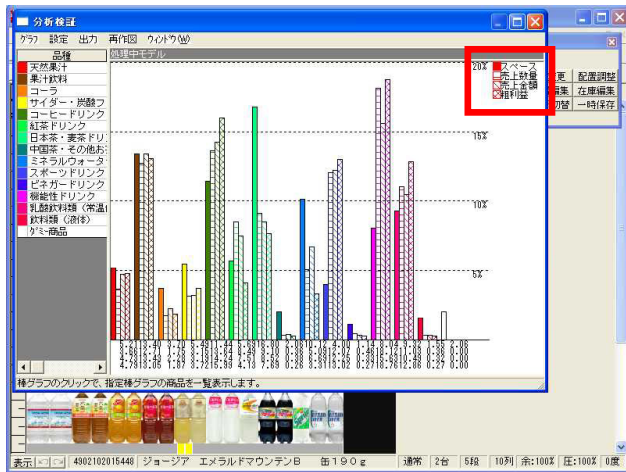


56. 構成比率表では、グラフ設定で出力項目に「売上数量,売上金額,粗利益」を選択できるようになります。また、「比較・売上」を設定してあるため、「比・売上数量,比・売上金額,比・粗利益」も選択でき、スペース効率を考える上で、判断材料としてさらに利用価値のあるデータを表示できます。

売上情報を割り当てたので、売上数量や金額を利用したグラフを表示できます。

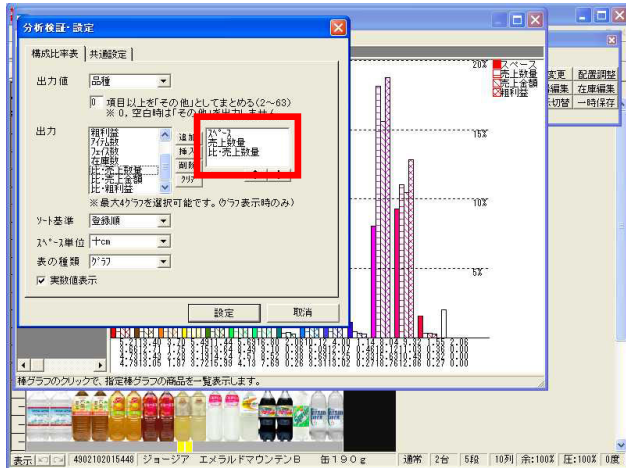
グラフ設定・出力項目で「フェイス数,アイテム数,在庫数」を削除し、代わりに「売上数量,売上金額,粗利益」を追加して設定をクリックします。

出力項目は、キーボードのShiftキー, Ctrlキーを押しながら複数選択できます。



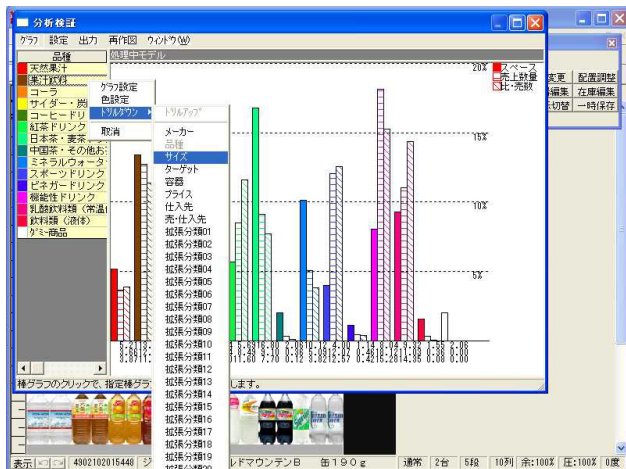
57. グラフは選択した出力値（現在は「品種」）毎に色分けされ、ウィンドウ右上の凡例のとおり左から「スペース、売上数量、売上金額、粗利益」と表示されています。

スペースをとっているのに売上が上がっていない、スペースは小さいのに売上が上がっているなど、品種によるスペース効率の検証が可能です。



58. 設定・グラフ設定で出力項目を「スペース、売上数量、比・売上数量」に変更しグラフを確認すると、店舗の売上数量と市場平均での売上数量を隣に並べて比較することができます。

後で説明する「散布図」でも、1グラフ内で「分析・売上」と「比較・売上」のグラフを同時に表示可能です。（P26 107.「散布図」を参照）

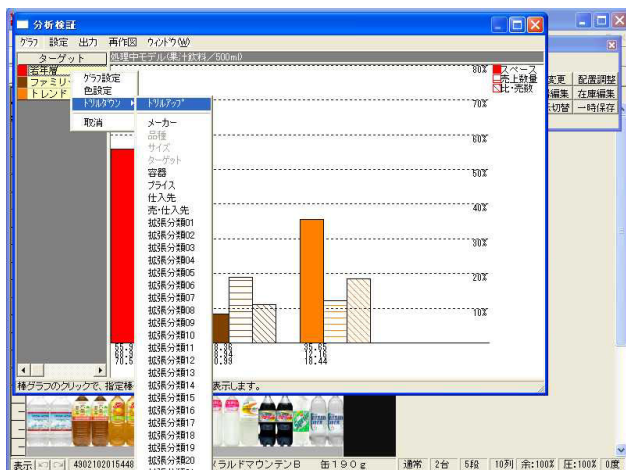


59. ドリルダウン機能を紹介します。

左の凡例から、さらに「詳細を確認したい項目」を選択し、右クリック後、ドリルダウン をクリックし、さらに「詳細に確認したい分類」をクリックします。

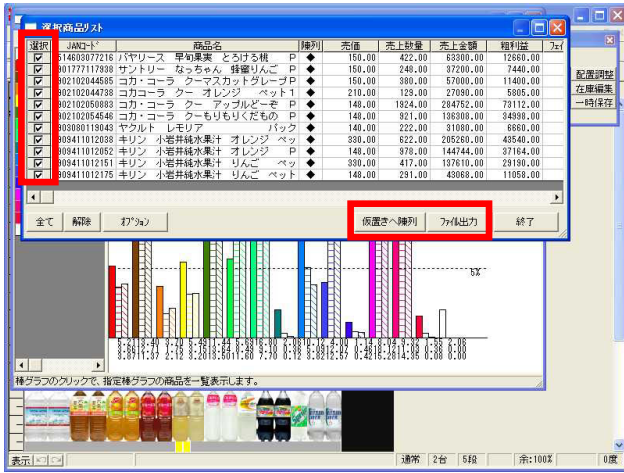
ここでは「サイズ」を選びます。これで、品種別グラフのサイズ別スペースシェアが確認できます。

分類属性の定義を多数持ち、正確に商品を含っていれば、さまざまな切り口で生活者の求める品揃えになっているかを検証でき、スペース効率の良い棚割を作成することが可能です。



60. ドリルダウンしたものは、もう一度凡例を右クリックし、ドリルアップをクリックすることで元の属性別グラフに戻すことができます。



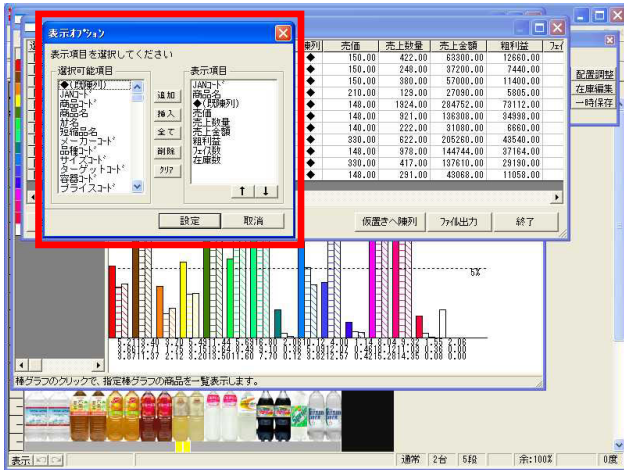


61. グラフそのものをクリックすると選択商品リストが開きます。  
す。

アイテム別の詳細を確認することができ、その一部を仮置きへ陳列やファイル出力することも可能です。

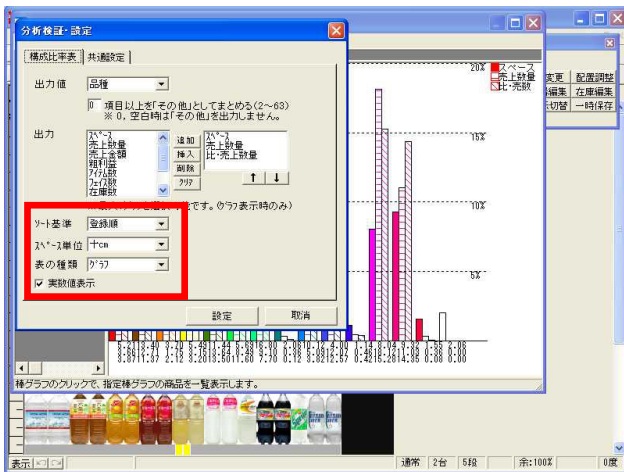
現状では表示されている全ての商品が選択されていますが、任意の商品だけを選択しなおして、仮置きに陳列やファイル出力もできます。

この場合は一度 解除 をクリックし、任意商品のみ選択のチェックマークを付け、必要に応じて 仮置きへ陳列、ファイル出力 をクリックすれば、それぞれ選択した機能に反映されます。



62. 表示項目は オプション で自由に選択できます。

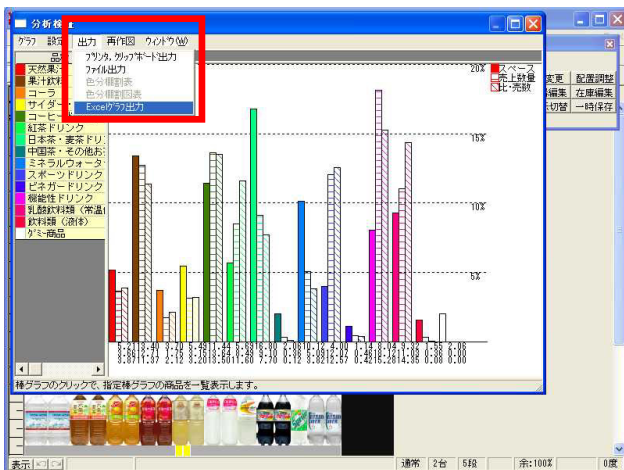
ここでは「比・売上数量,比・売上金額」を追加します。ウィンドウサイズも任意の大きさに変更可能です。



63. 設定・グラフ設定について詳細を確認します。

スペース単位とは、十cmで「陳列幅」や百cm2で「視認面積」など、どの単位をスペースと考えるか、を設定できます。

表の種類では、現在のようにグラフ表示する以外に、表形式で数値のみの表示に切り替える事ができます。

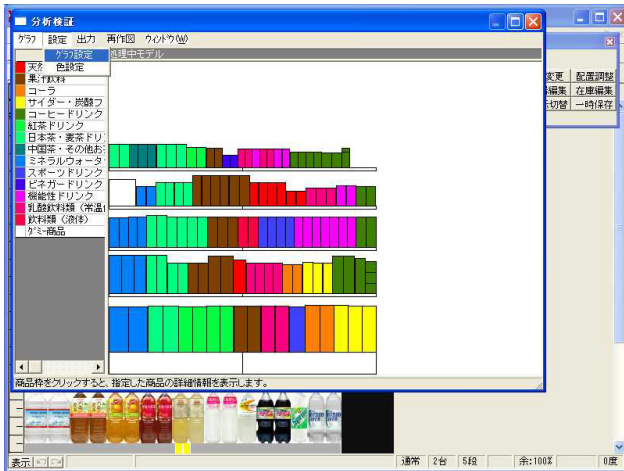


64. 出力メニューからはクリップボード出力、ファイル出力、Excelグラフ出力が選択でき、他のアプリケーションなどへの流用も可能です。

出力・Excelグラフ出力を選択すると、詳細設定画面が表示され、Excel形式に出力した際に表示したいグラフの種類などを選択、実行する事が可能です。

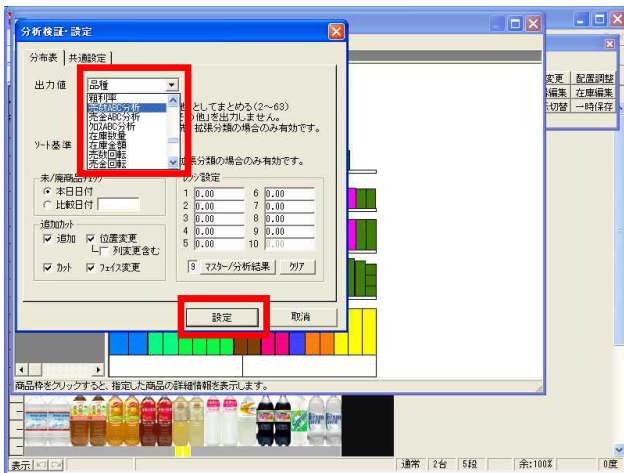
分布表（売上情報あり）

売上情報登録後の分布表では、陳列商品をABC分析や売数回転の結果などで色分表示が可能です。



65. グラフ・分布表をクリックします。  
分布表では、売上数量によるABC分析などを利用して売れ筋、死に筋商品の確認などが行なえます。

66. 設定・グラフ設定をクリックします。

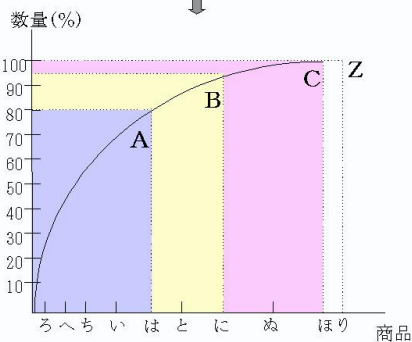


67. 出力値に「売数ABC分析」を選択し、設定します。

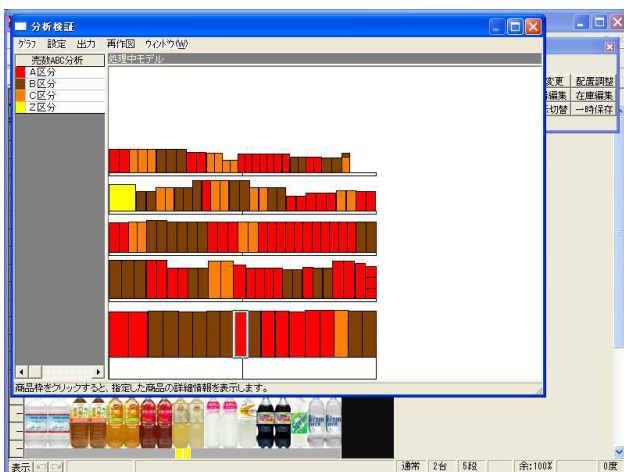
商品名	い	ろ	は	に	ほ	へ	と	ち	り	め
数量	24	46	20	14	2	38	18	30	0	9

商品名	ろ	へ	ち	い	ほ	と	に	め	ほ	り
数量	46	38	30	24	20	18	14	8	2	0

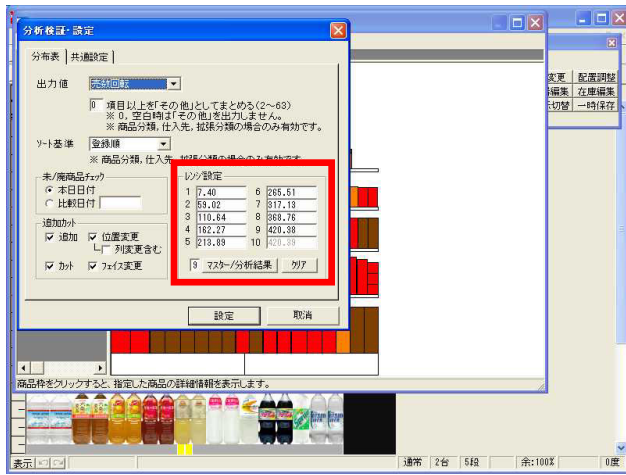


**ABC分析とは**  
ある棚割で販売された売上数量または粗利益の合計などから、単品ベースで割合を求め、その割合の高い方から累積した結果に対して上位何%まではAランク、次の何%まではBランク、残り100%までをCランクとする分析手法です。  
なお、Zランクは全く売上の無い商品を指します。



68. 商品ランクで色分けすることで、単品の商品力を確認する事が可能です。

例えば、ゴールデンゾーンにCランク商品が多数陳列されていれば、品揃えの悪い、購買意欲をかきたてない売場、という事になります。



69. グラフ設定で出力値を「売上回転」に変更します。

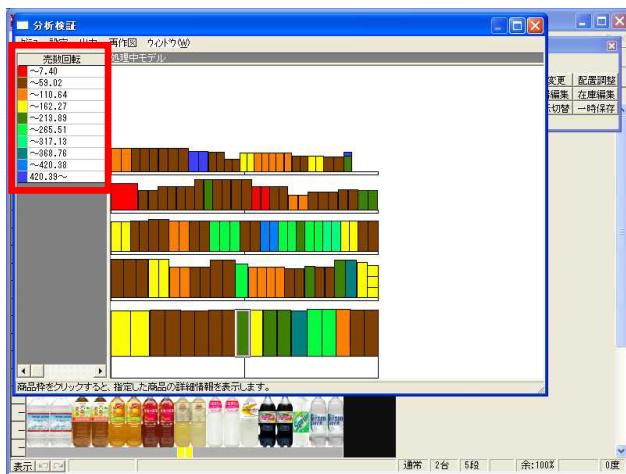
70. レンジ設定を変更します。  
レンジ設定とは分布表を色分けする値の幅を決定するところです。レンジ設定が必要な出力値を選択した段階で自動計算されますが、手入力も可能です。  
設定 をクリックし、グラフと凡例を確認します。

71. この売数回転で理解しておきたいのがバスタブ理論です。

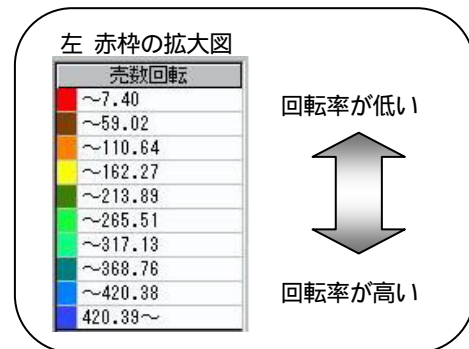
**バスタブ理論**

ちょうどバスタブのお湯が減るときは水平に減っていくイメージです。

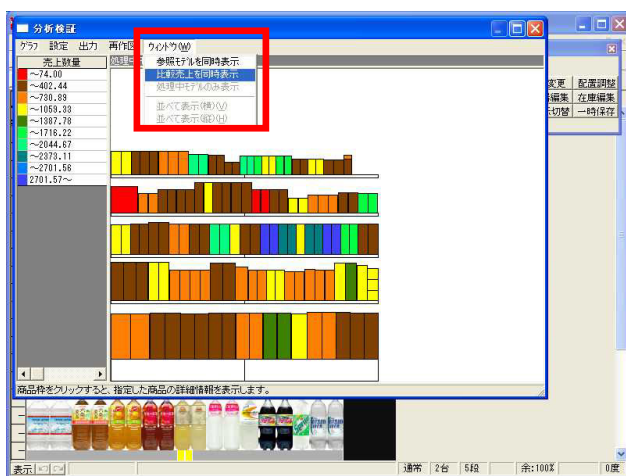
回転率の高い商品は陳列量が少なくと欠品しやすく、回転率の低い商品は陳列量が多いと在庫過多になってしまいます。商品の売れ行きによって陳列量を定めるフェイス数を適正に保ち、全体的に在庫が減るようにすると補充回数が減り、ロークストオペレーションにもつながると言われています。



72. 極端な例ですが、凡例（下図）の「~7.40」の商品は低回転率を、「420.38~」の商品は高回転率を表しています。これだけ回転率が違うと値の大きい商品は突出して補充回数が多いということになります。



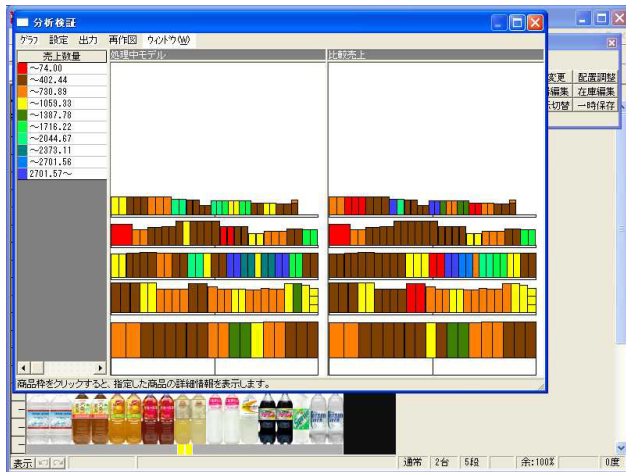
ただし、回転率が低いから即カット候補とは言えませんので注意してください。在庫数が少なく、常に品切れしている可能性もあります。また、陳列位置の問題もあるかもしれません。実際には、これらの要素も加味してフェイス数の調整を行なう必要があります。



73. 「比較・売上」グラフを同時表示して情報を比較します。

(設定・グラフ設定で出力値を「売上数量」に変更しています。)

ウィンドウ・比較売上を同時表示をクリックします。

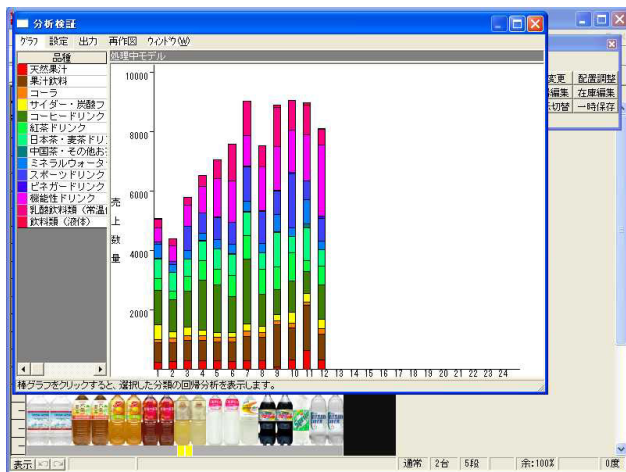


74. 売上数量の多いアイテム、少ないアイテムが店舗POSと市場平均のPOSで見比べられるようになります。

「比較売上を同時表示」は、ほとんどの分析検証機能で同様に利用可能です（構成比率表と散布図、マトリクス分析では表示形態が異なります）。

ウィンドウ・処理中モデルのみ表示をクリックし、元に戻しておきます。

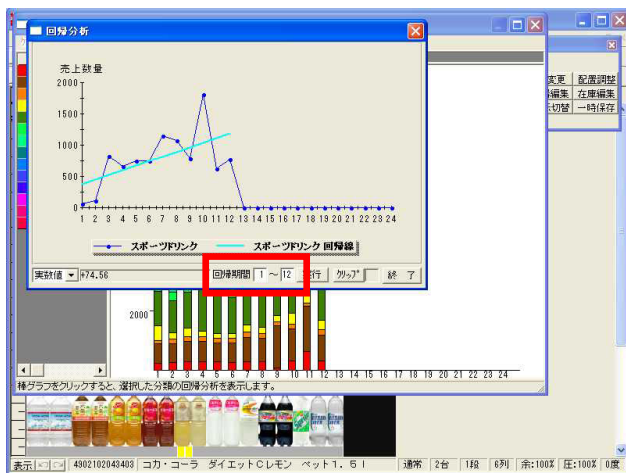
### トレンド分析



75. グラフ・トレンド分析をクリックします。

トレンド分析では過去の売上推移を検証できます。棒グラフをクリックすると、分類毎の売上推移グラフと、その分類の回帰線グラフを見ることが出来ます。

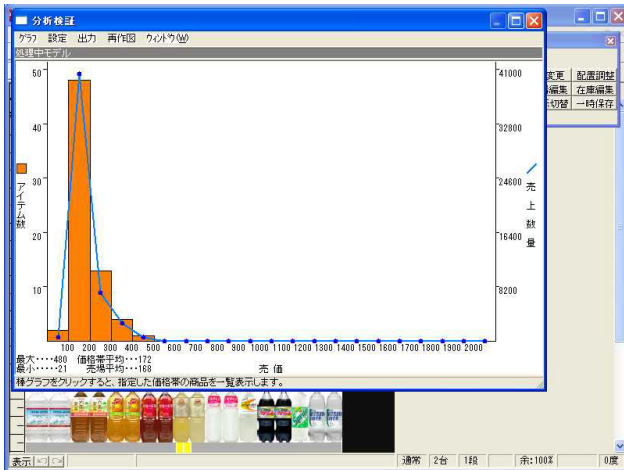
過去に陳列されていた商品も含めトレンドを確認したい場合は、先に説明したモデル設定・[分析設定3]・「売上のみの商品も分析対象にする」が有効です。  
(P11 45. 「売上情報の割り当て」参照)



76. 回帰線とは、傾向値をグラフ化したものです。過去の売上の傾向値を読み取る事で今後スペースを拡張すべき分類か、縮小すべき分類かが見えてきます。

回帰期間を変更（今回は分析期間である1～12期間へ変更）すれば、確認したい期間だけの回帰線がさらにはっきりと見えてきます。

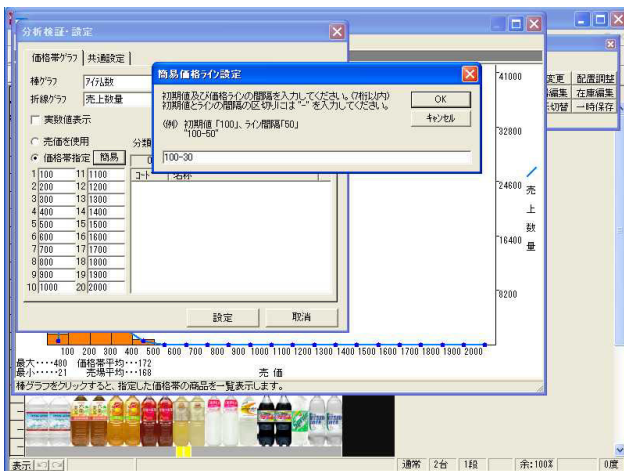
## 価格帯グラフ



77. グラフ・価格帯グラフをクリックします。

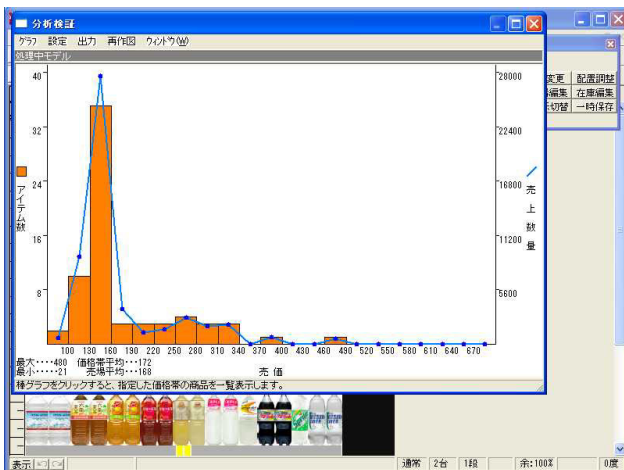
価格帯グラフでは、売場を価格帯毎に区切り、価格帯別に売上を検証することができます。

今は100円単位で区切っていますが、さらに細かく50円単位とすることもできますし、200円単位と大きくもできます。

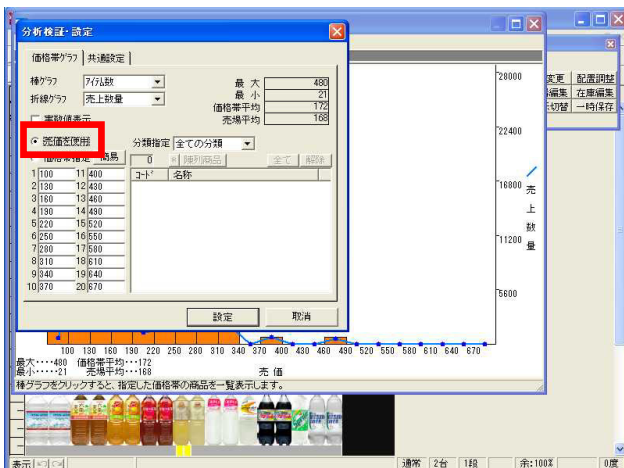


78. 設定・グラフ設定・価格帯指定 簡易 をクリックします。

「初期値 - 間隔」を設定します。  
ここでは100円から30円単位でグラフを表示するため「100-30」と入力し、OK をクリック、設定 をクリックします。

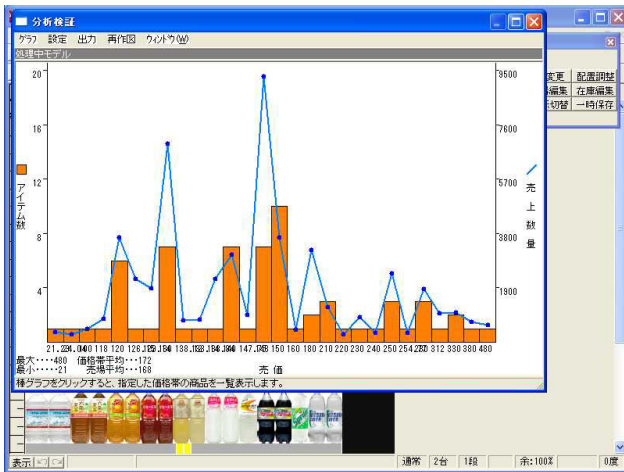


79. グラフで実際に表示間隔が変わったことを確認します。

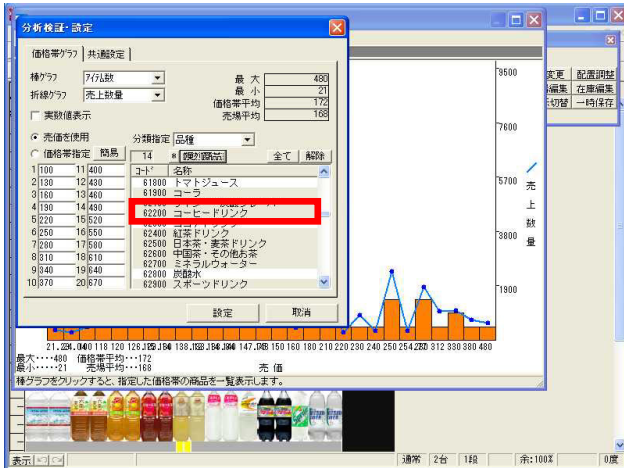


80. 設定・グラフ設定・「売値を使用」を有効にすれば、実際の商品の売値を利用してグラフを表示できます。

売値を使用すると、「価格帯」ではなく実際の「価格」毎にグラフが表示されるため価格ラインの数やその価格におけるアイテム数の確認ができます。



81. 価格ラインが細かすぎる場合、店頭で比較購買する生活者にとっては、何が違うのかがわかりづらく、選びにくくなるので注意が必要です。

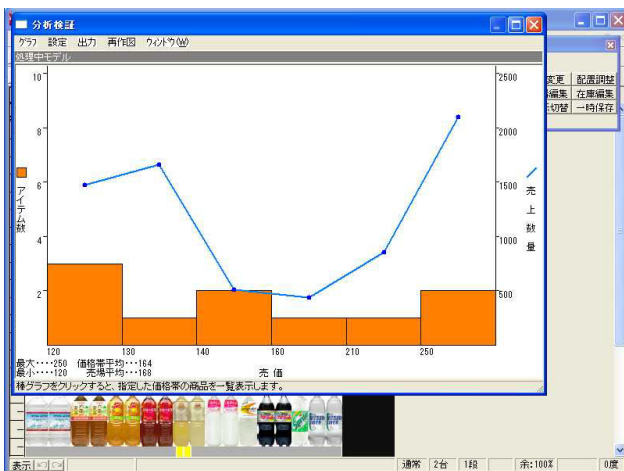


82. また、同じ売場の中でも特定の分類の商品だけで価格帯分析を行ないたい場合は、設定・グラフ設定・分類指定を「全ての分類」から絞り込みたい分類に変更します。

分類指定「品種」と設定し、一覧より確認したい品種名を選択します。

陳列商品 をクリックすれば、現在陳列している商品の品種だけが選択されます。

今回はさらに陳列している分類の中から品種「コーヒードリンク」をクリックし、設定 します。



83. コーヒードリンクだけの価格帯グラフが表示されました。

ここでは、コーヒードリンクの品揃えが売上与比例した品揃えになっているか、過不足はないかを確認し、抜け落ちていた価格帯があれば、アイテムの多い価格帯商品と一部入れ換えるという事も考えられます。

構成比率表などと同様に、グラフをクリックすると単品情報を見ることができます。

グラフ左下、価格帯平均と売場平均について

**価格帯平均**

「アイテムの価格合計を、アイテム数で割ったもの」です。

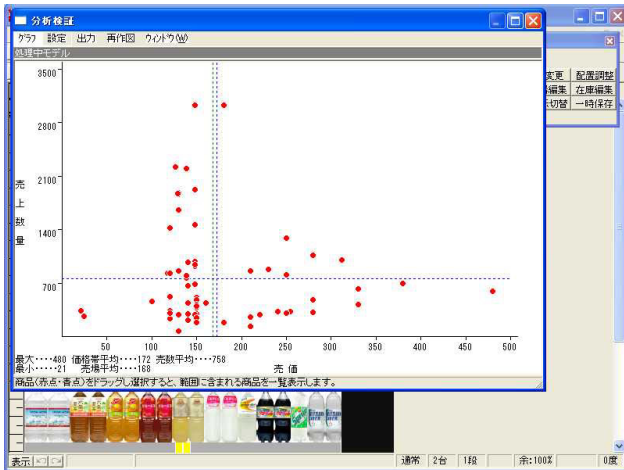
**売場平均**

売上数量も加味して算出したもので、「アイテムの価格×売上数量の合計を、売上数量合計で割ったもの」です。そのため、低価格商品が多数売れた場合は平均値が下がり、高価格商品が多数売れた場合は平均値が上がることになります。

売場平均の方が低い場合は、実際に陳列しているアイテムの品揃えよりも、低価格のアイテムがよく購入されているということになるので、低価格アイテムを拡充したほうが消費者に受け入れられる棚割になるのではないかと、といった棚割の方向性を決定する材料となります。

また、設定・グラフ設定・[価格帯グラフ]の設定を「棒グラフ：在庫数」「折れ線グラフ：売上数量」とすれば、売上数量と在庫数のバランスが取れているか、なども確認できます。

価格帯ポートフォリオ

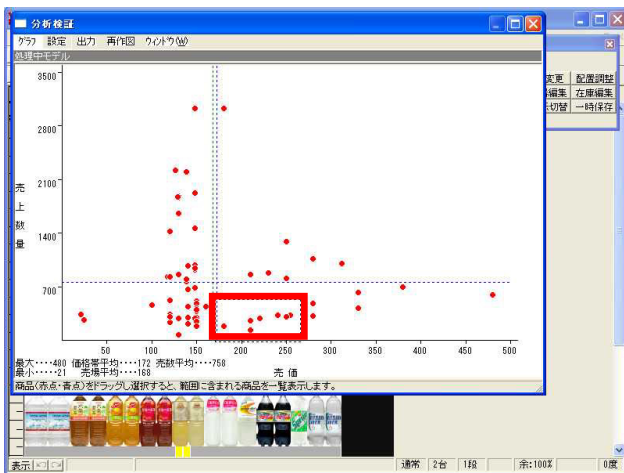


84. グラフ・価格帯ポートフォリオをクリックします。

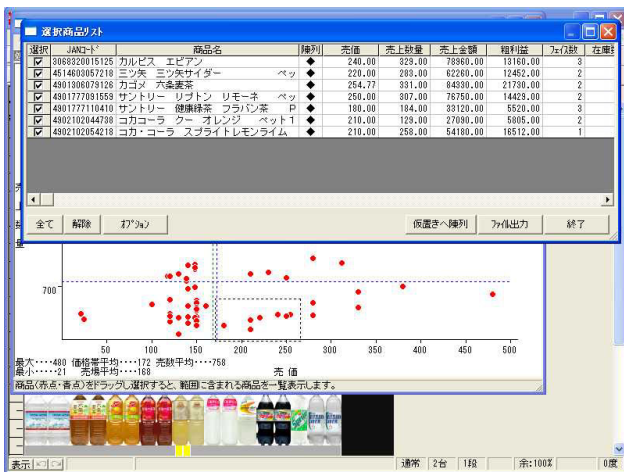
価格帯ポートフォリオでは、価格帯別に商品の分布を確認できます。

1つの点が1アイテムを指しています。点が集まっているところは価格や売上数量の似通った商品が存在しているゾーンです。

このグラフでも価格帯グラフと同様、青の点線が「価格帯平均」を、緑の点線が「売場平均」を表しています。  
( P20 83.「価格帯平均と売場平均について」参照)



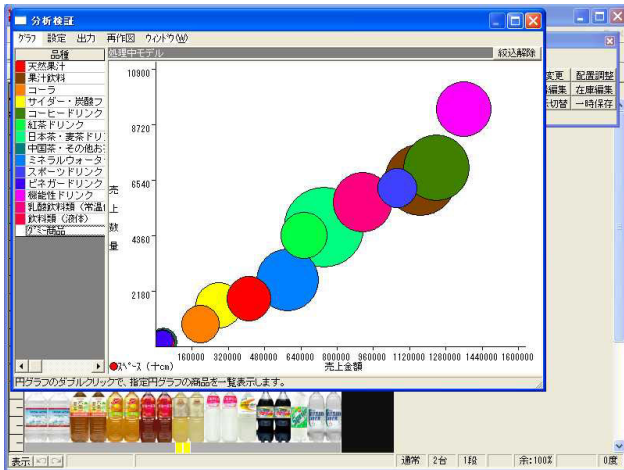
85. マウスをドラッグして範囲を指定します。



86. 範囲選択した商品の「選択商品リスト」が表示されます。

ここでは、売上数量の少ない商品をカット候補と捉えたり、点が密集しているラインの商品数を減らして、別の価格帯の商品で市場で売れているものを投入する、などが考えられます。

バブルチャート



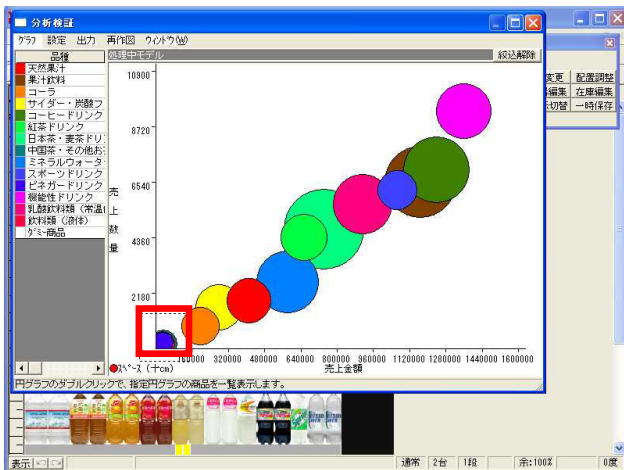
87. グラフ・バブルチャートをクリックします。

バブルチャートでは、例えば「円の大きさとスペースを表わす」ことができます。

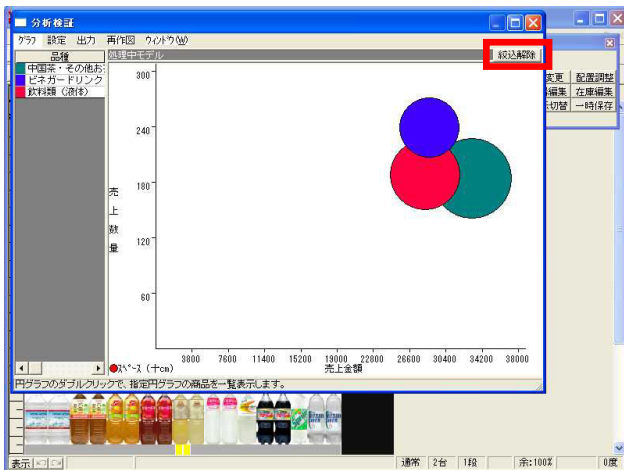
円が何を表すかは設定により変更可能ですが、縦横軸と円の大きさという3つの要素で分析結果を表示するのが特徴です。

このグラフは、右上に行くほど売上数量も金額も大きいと言う事になるので、右上に行くほど丸（スペース）が大きくなるのが理想です。

左下に大きな丸がある場合、効率の悪い品種にスペースを多く割いていることになるのでスペース縮小候補と考えられます。

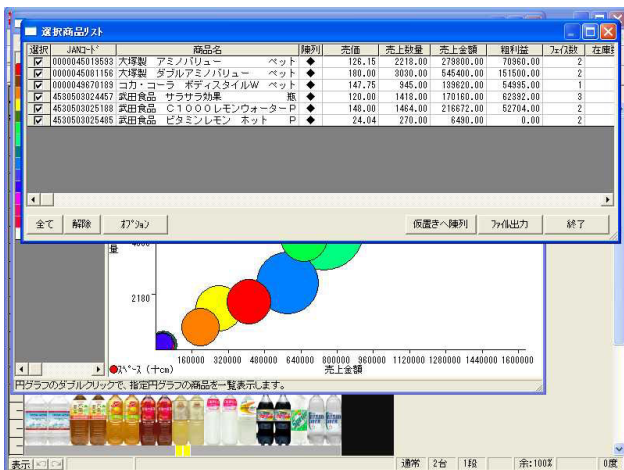


88. バブルが重なりわかり辛い箇所は、ドラッグ（範囲選択）で、指定範囲を拡大できます。



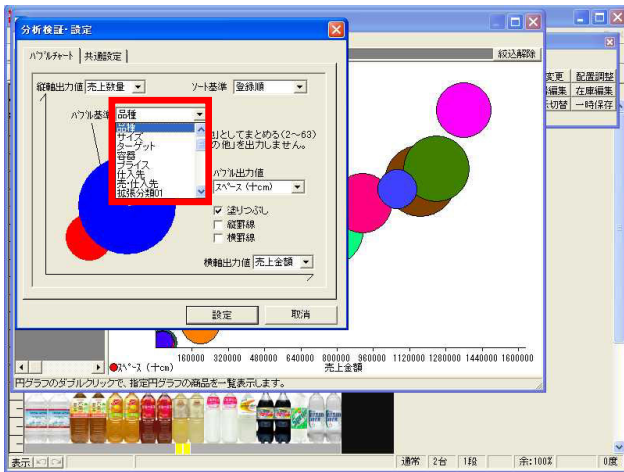
89. ドラッグ（範囲選択）した範囲のみ、拡大表示しました。

90. 元に戻る場合は、絞込解除 をクリックします。



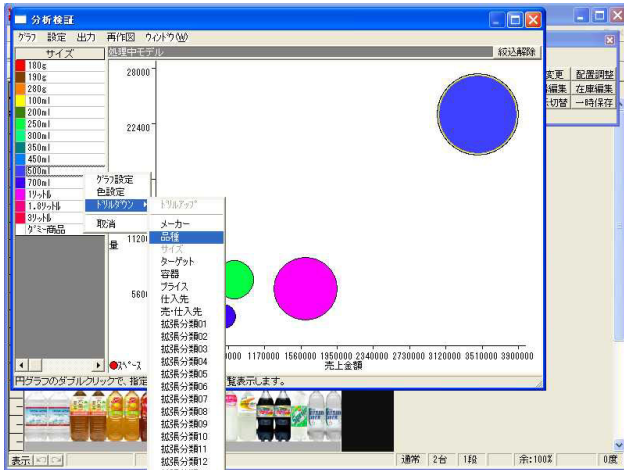
91. 円をクリックすると、選択商品リストが表示されます。





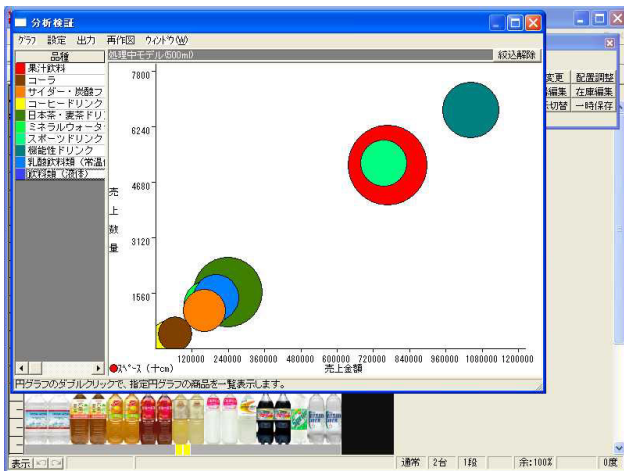
92. 設定・グラフ設定をクリックします。

バブル基準や縦横軸の出力値の変更が可能です。



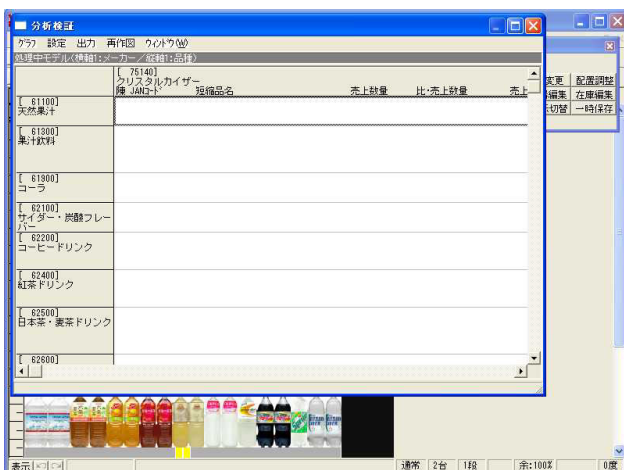
93. バブルチャートでは、構成比率表と同様にドリルダウン分析が可能です。

「500ml」を右クリックし、「品別」にドリルダウンします。



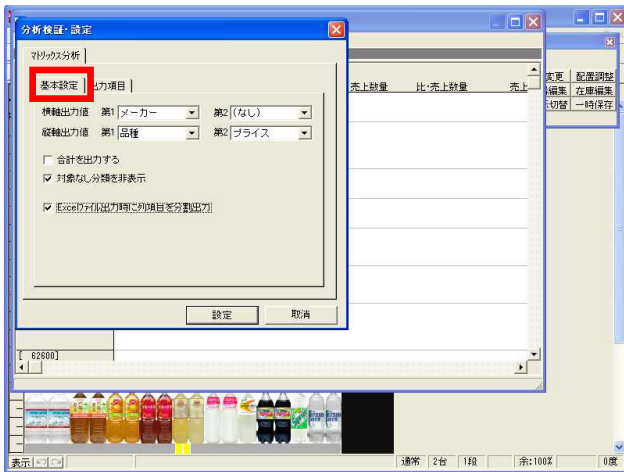
94. ドリルダウンにより、絞り込まれた結果の「品別」バブルチャートが確認できます。

### マトリクス分析

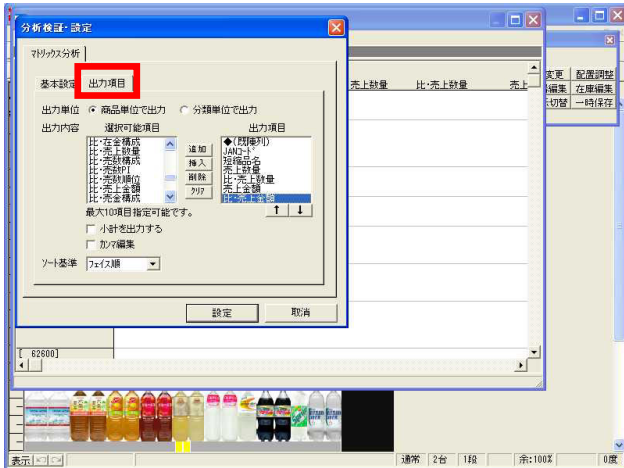


95. グラフ・マトリクス分析をクリックします。

横軸・縦軸とも第2出力値まで選択でき、最大4項目でクロスさせた分析結果をExcelのような表形式で表示することができます。

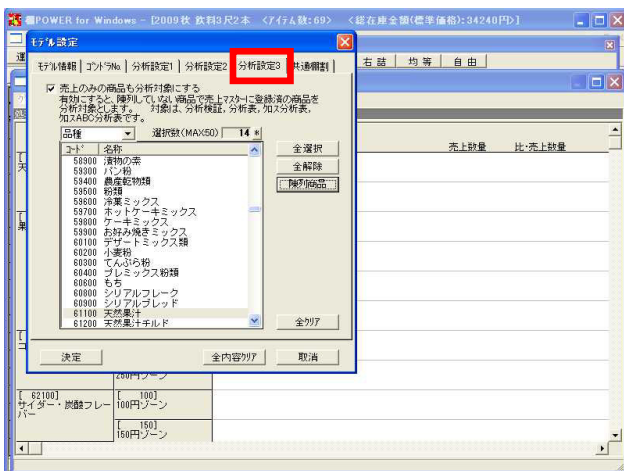


96. 設定・グラフ設定・[基本設定]をクリックします。  
「横軸第1:メーカー」と「縦軸第1:品種」はそのまま、  
「縦軸第2:プライス」に設定します。
97. 「対象なし分類を非表示」にチェックを付けます。  
表示すべき商品が無い項目は表示されないのでデータの存在  
する部分のみを表示できます。
98. 「Excelファイル出力時に列項目を分割出力」は、チェックを  
付けるとExcel出力時に出力項目(列)単位毎にセルに分けて  
出力できます。チェックを付けます。



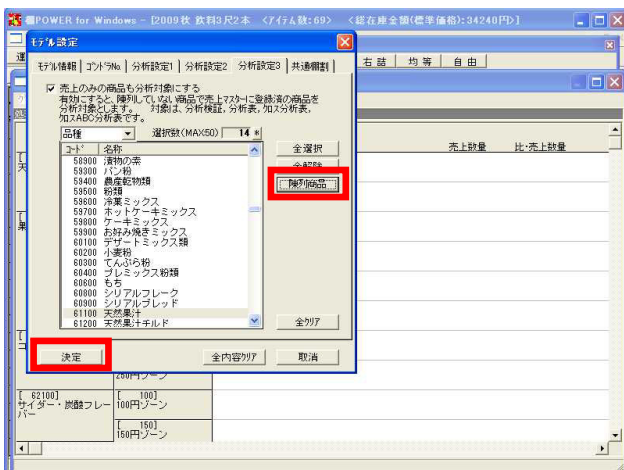
99. [出力項目]では出力単位を「商品単位」か「分類単位」が  
選択可能です。  
ここでは商品単位を選択しています。

出力内容は「(既陳列)」「JANコード」「短縮名」「売上  
数量」「比・売上数量」「売上金額」「比・売上金額」を選  
択し、設定 をクリックします。



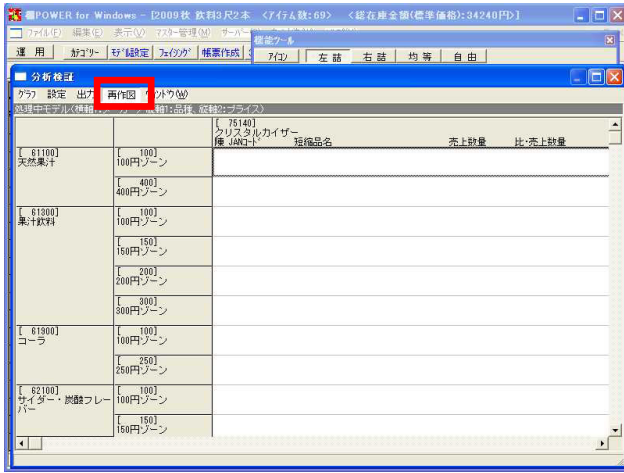
100. モデル設定・[分析設定3]・「売上のみの商品も分析対象に  
する」を有効にすると、モデル設定・[分析設定1]で指定し  
た「比較・売上情報:飲料市場データ」のうち棚に陳列され  
ていない商品も同時に表示できます。

101. モデル設定 をクリックし、[分析設定3]・「売上のみの  
商品も分析対象にする」を有効にします。

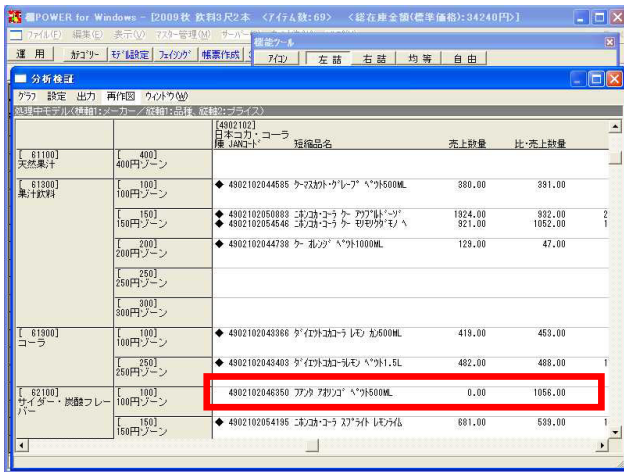


102. 分析に含めたい分類属性を指定します。「品種」に変更し、  
陳列商品 をクリックすれば、現在陳列している商品の品  
種のみ選択することができます。

決定 をクリックします。

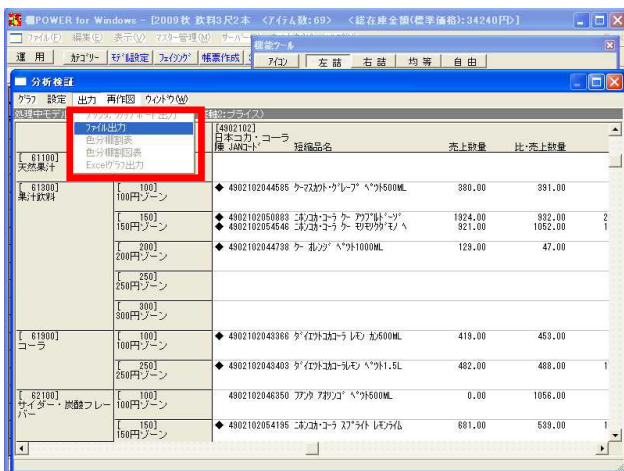


103. [ 分析設定3 ] の設定内容を反映するため「再作図」をクリックします。



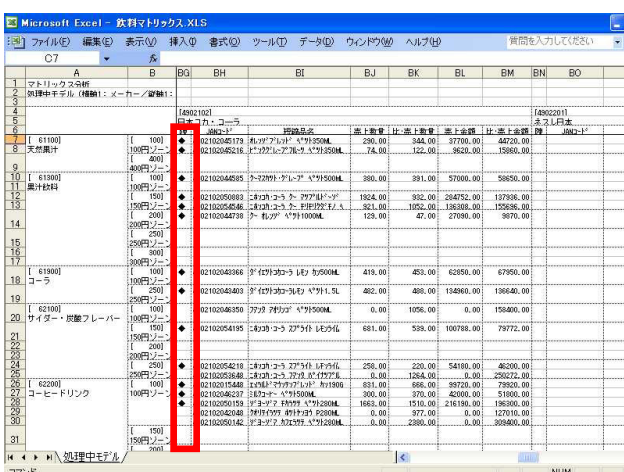
104. 陳列商品、陳列されていない商品の情報も一緒に表示されました。  
 マークが付いている商品は既陳列商品、付いていないのは未陳列の商品です。

ただし、「比較・売上情報」にのみ登録されている情報については、「分析・売上情報」の各項目数値は「0」となり、「分析・売上情報」に登録の無い商品は出力されません。



105. 出力方法は、大きな表を出力する事になるため、Excel出力のみ対応しています。

出力・ファイル出力より行ないます。



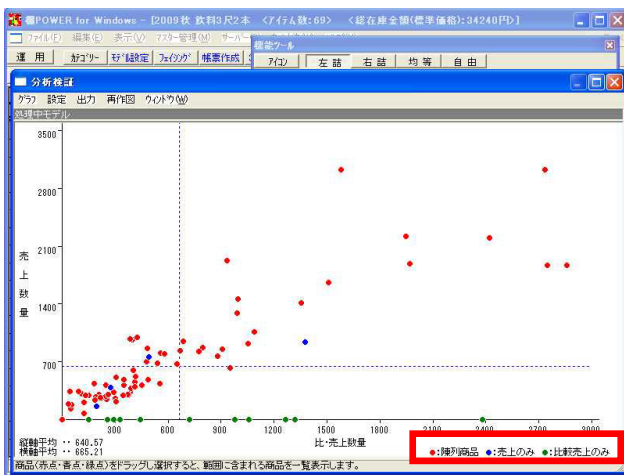
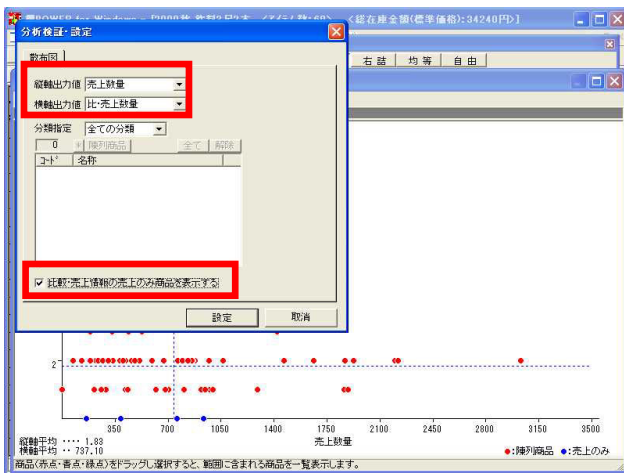
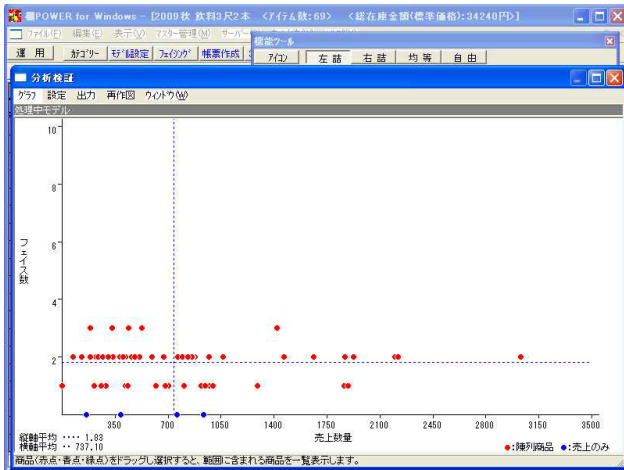
106. 出力したExcelファイルを確認します。

陳列されていない商品を含めて分析する事により、品揃え過多や欠落商品群の発見が容易に行なえます。

同品種、同プライスに品揃えが多すぎるようならその中からカット候補を挙げる事が考えられます。

また、新製品を投入したいと考えている品種分類が品薄であれば、提案の切り口として有効です。

散布図



107. グラフ・散布図をクリックします。

散布図は比較売上情報の項目を横軸に指定可能なため、たとえば縦軸に対象店POSの売上金額、横軸に市場POSの売上金額を設定し、1つの画面でアイテムの位置取りを確認するといった事ができます。

他にも、全顧客分のPOSと優良顧客分のみに加工したPOSを用意できれば、比較してカットしてはいけない商品を特定するといった事も可能です。

108. 設定・グラフ設定で、縦軸出力値を「売上数量」、横軸出力値を「比・売上数量」に設定します。

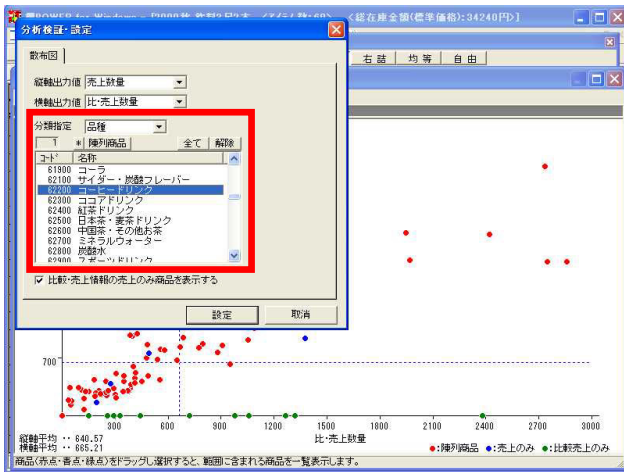
「比較・売上情報の売上のみ商品を表示する」にチェックを付けると、比較・売上情報にのみ存在する商品の情報をグラフ表示可能になります。チェックをつけ、設定をクリックします。

109. 表示された点1つ1つがアイテムを表します。

点色の意味について

- 赤：モデルに陳列のある商品
- 青：売上のみの商品  
(陳列は無く、モデル設定・[分析設定1]の「分析・売上情報」で割り当てた売上に存在する商品)
- 緑：比較売上のみの商品  
(陳列は無く、モデル設定・[分析設定1]の「比較・売上情報」で割り当てた売上にのみ存在する商品)

売上のみ商品が、モデル設定・[分析設定1]の「分析・売上情報」「比較・売上情報」の両方に存在する場合は、青色(売上のみの商品)として表示します。



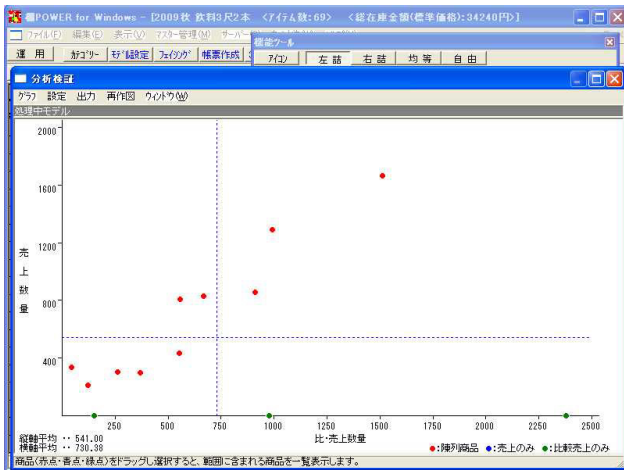
110. また、同じ売場でも特定の分類の商品だけで散布図の確認を行いたい場合は、設定・グラフ設定で「分類指定」を変更できます。

「全ての分類」表示を絞り込みたい分類（ここでは「品種」）に変更します。

一覧より確認したい品種名を選択します。

陳列商品 をクリックすれば、現在陳列している商品の品種だけが選択されます。

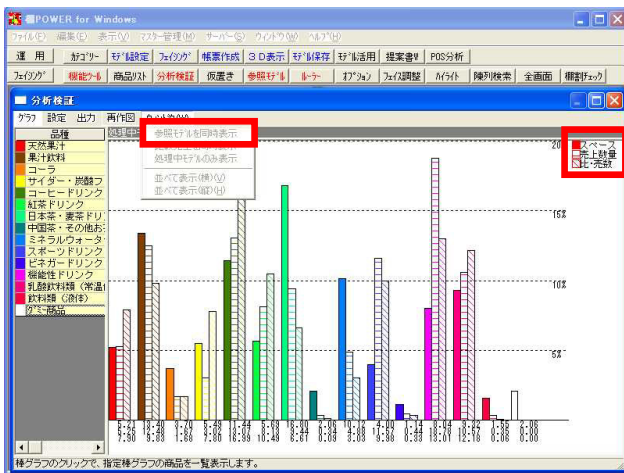
ここでは、陳列している分類の中から品種「コーヒードリンク」を選択し、設定 をクリックします。



111. 右下に点が近づくほど市場で売れて店舗で売れていない。左上に近づくほど、店舗で売れて市場で売れていない。右上に位置しているアイテムはどちらのPOSでもよく売れているということになります。

なお、市場POSにしか存在しない商品は緑色で表示するので、右に行くほど、店舗では扱われていないがよく売れている商品となります。

## 2モデル同時表示分析

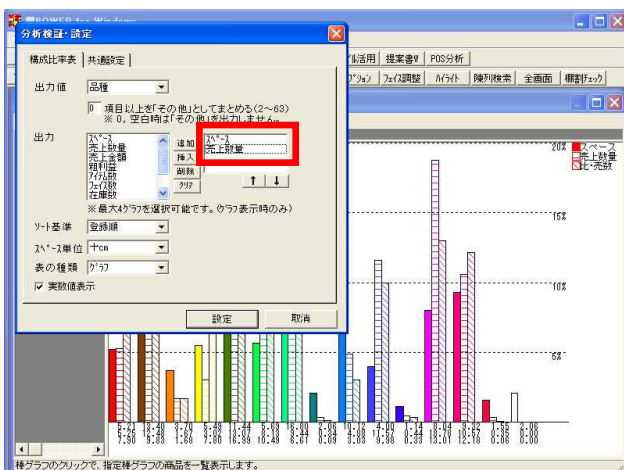


112. グラフを構成比率表に戻し、参照モデル同時表示について確認します。

参照モデルを使用することで、前回棚割と今回棚割など、2つのモデルの分析結果を同時に表示して分析することができます。

グラフ・構成比率表をクリックし、ウィンドウ・参照モデルを同時表示をクリックします。

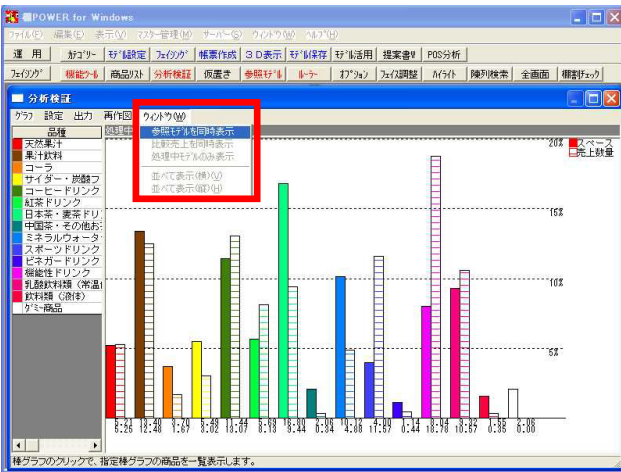
「分析・売上」項目のみでグラフ表示している場合は「参照モデル同時表示」が利用できませんが、「比較・売上」グラフも1グラフ内に表示している場合は「参照モデル同時表示」はできません。



113. 「比較・売上」グラフを非表示にするため、設定・グラフ設定をクリックします。

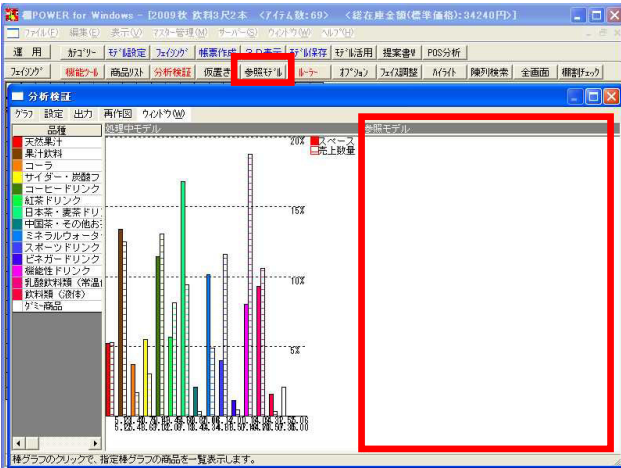
出力項目から「比・売上数量」を削除し、設定 をクリックします。

114. 改めて、ウィンドウ・参照モデルを同時表示をクリックします。  
 今度は「比較・売上」項目を使用していないためメニューが選択できます。



115. 処理中モデルと参照モデルのグラフウィンドウで2分割表示になります。

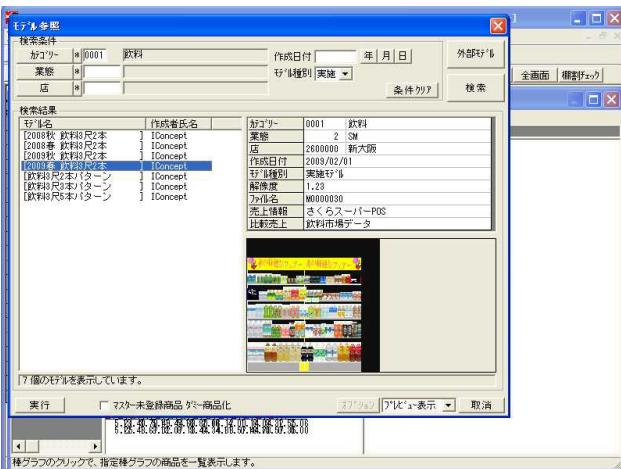
この時点では、参照モデルを選択していないため参照モデル側は空白です。



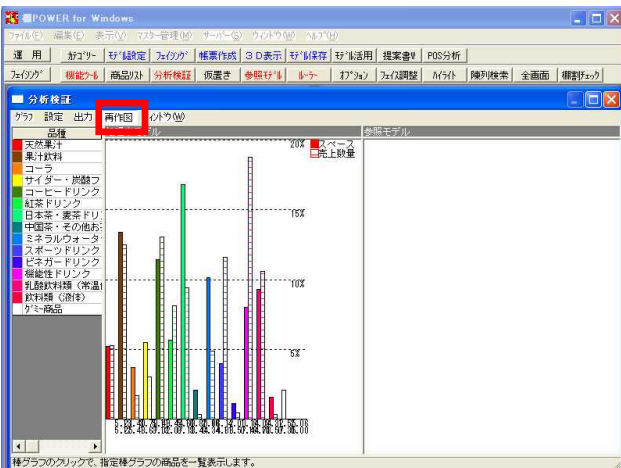
116. 同時表示するためには、参照モデルを開く必要があります。

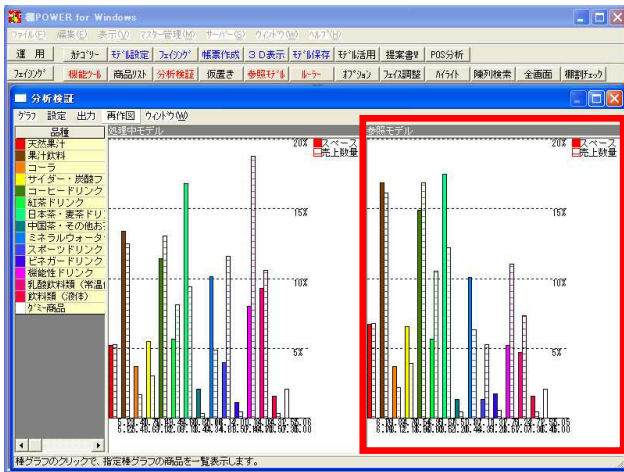
フェイスング・参照モデル をクリックします。

117. モデル参照から 検索 で比較モデルとして比較したいモデル（ここでは「2009春 飲料3尺2本」）を選択し 実行 します。

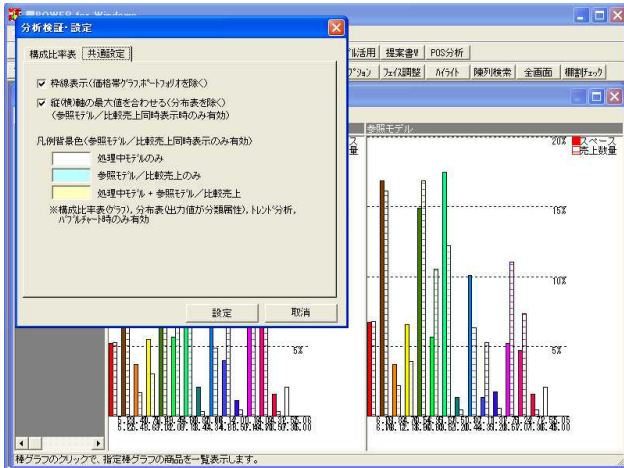


118. 分析対象に参照モデルも加わったため、再作図 をクリックします。





119. 参照モデルも表示しました。



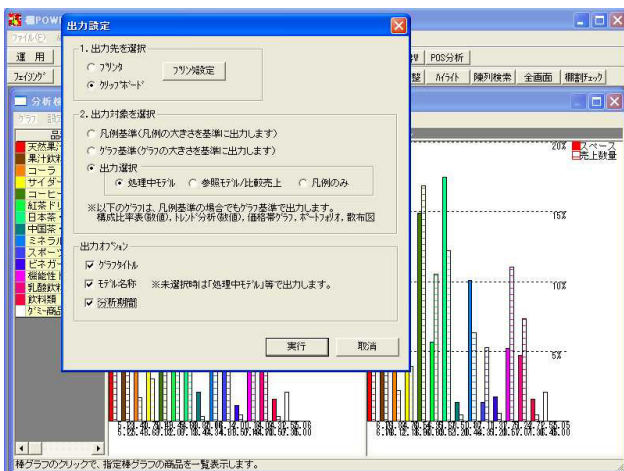
120. グラフの左に表示している凡例の背景色について確認します。

設定・グラフ設定・共通設定をクリックします。

凡例背景色の意味について

- 白 : 処理中モデルのみ
- 水色 : 参照モデル/比較売上のみ
- 黄色 : 処理中+参照モデル/比較売上

121. グラフの軸の最大値がそろっていないため比較し辛い場合は、「縦(横)軸の最大値を合わせる」のチェックを付けます。グラフ表示が揃い、比較し易くなります。

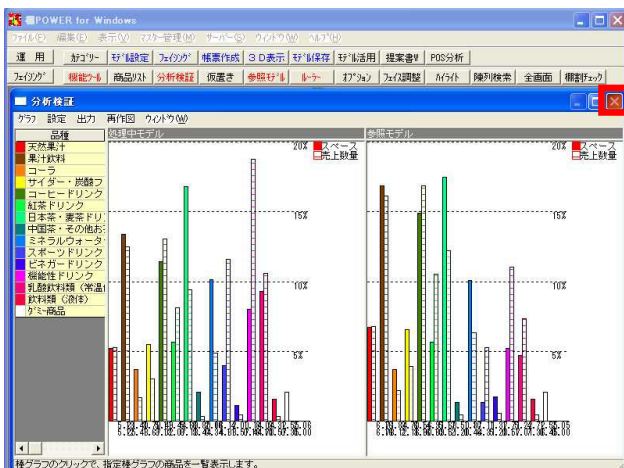


122. 分析検証の出力方法を確認します。

出力・「プリンタ,クリップボード出力」ではプリンタまたはクリップボードへの出力が、「ファイル出力」ではExcelまたはCSV形式でグラフの値を出力できます。

出力・「プリンタ,クリップボード出力」をクリックすると、出力設定画面が表示され、出力先や出力対象を設定できます。

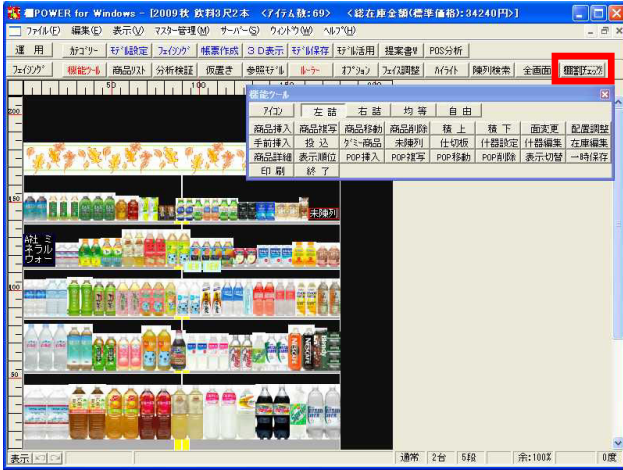
設定後 実行、Excel上で、編集・貼り付けを行なうと、グラフ画像を貼り付けることも可能です。



123. × をクリックして分析検証画面を閉じ、参照モデルも閉じます。

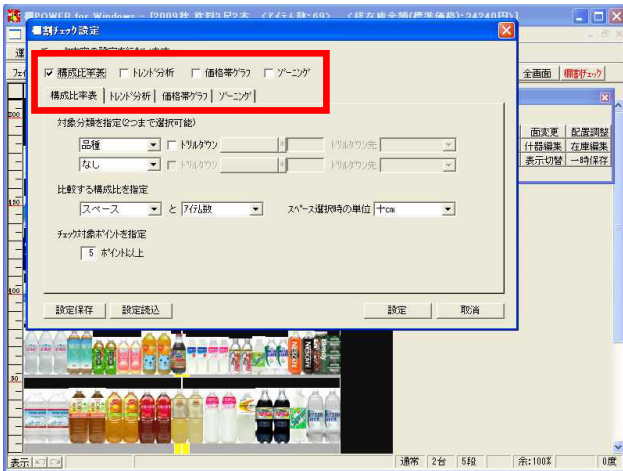
棚割チェック

フェイスング画面上で、現在の陳列の課題点を分析検証を用いて発見し易くする分析機能です。



124. 棚割チェックとは、たとえば「スペースと売上数量の構成比を比べて、その差の大きい品種を発見する」など、分析の糸口として現在の課題点を発見し易くする機能です。

棚割チェック をクリックします。



125. 棚割チェック設定画面では「構成比率表」「トレンド分析」「価格帯グラフ」「ゾーニング」の分析を選択できますが、売上情報を使用しない場合は「構成比率表」と「ゾーニング」のみ利用可能です。

既に売上情報は割り当たっているため4項目ともチェックを付けます。

設定は各分析毎に行ないます。



126. [構成比率表]をクリックします。

対象分類は2つまで選択できます。

1つ目は「品種」、2つ目は「サイズ」に設定します。必要に応じて「ドリルダウン」にチェックを付けて、特定の品種だけをチェックするという事も可能です。

比較する構成比を指定します。

ここでは「スペース」と「売上金額」を比較します。スペースを選択している場合のみ「スペース選択時の単位」を選択できます。「10cm」にします。

チェック対象ポイントを指定します。

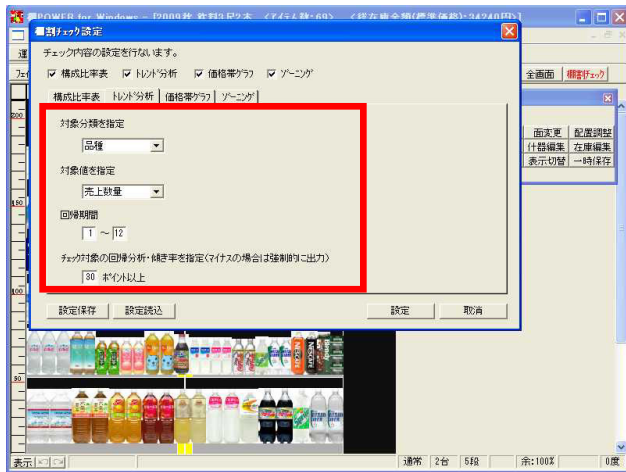
チェック対象ポイントとは「何ポイント以上構成比に差があればチェック対象とするか」を指定する値です。

- ・スペース25%、売上金額15%      チェック対象
- ・スペース12%、売上金額20%      チェック対象外

となります。

ここでは、10ポイント以上と指定します。





127. [トレンド分析]をクリックします。

対象分類を「品種」、対象値を「売上数量」とします。

今回の実際のトレンド分析と同様、回帰期間は「1」～「12」に設定します。

「チェック対象の回帰分析・傾き率を指定（マイナスの場合は強制的に出力）」は、30ポイント以上とします。項目名にある通り、マイナス値の場合はチェックされます。

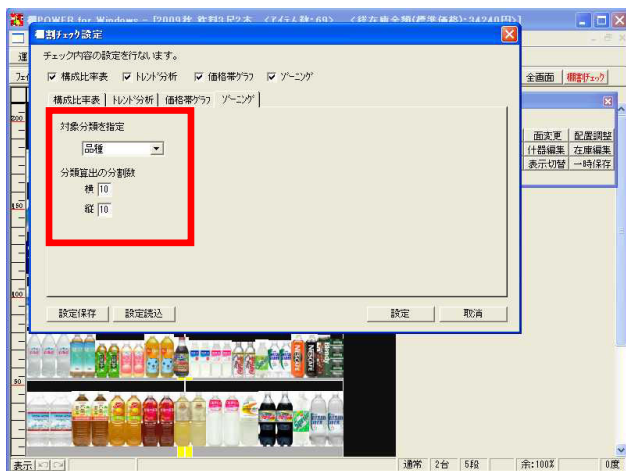


128. [価格帯グラフ]をクリックします。

比較値を「アイテム数」「売上数量」とします。

価格帯ラインは「価格帯指定」を選択した状態で 簡易設定をクリックし、100円から10円単位で設定するため「100-10」とします。

チェック対象ポイントを5ポイント以上と指定します。



129. [ゾーニング]をクリックします。

ゾーニングでは、ゾーニングの乱れがあるか、あれば乱れのある分類は何かをチェックし、表示します。

ゾーニングを確認したい分類を選択します。ここでは「品種」を選択します。

何分割で結果を表示するか、分割数を設定します。横縦ともに「10」と設定します。

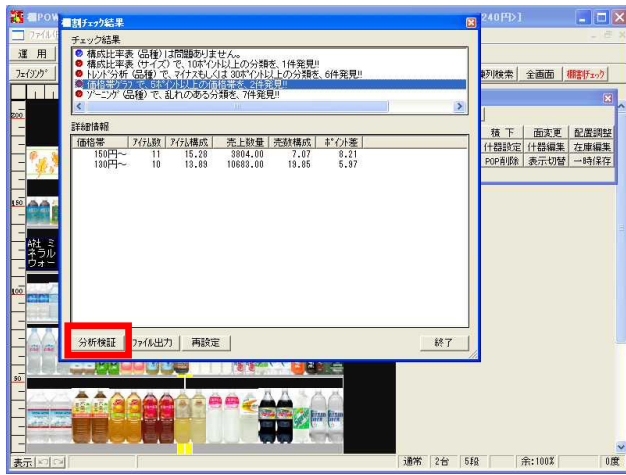
各設定が完了しました。  
設定 をクリックします。



130. それぞれ設定した内容でチェックされた結果が表示されます。

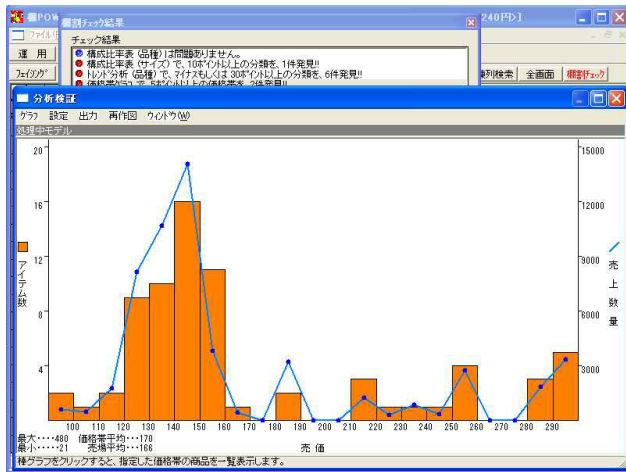
各分析結果先頭の丸印は、チェック結果を把握し易いよう

- ・青：対象無し
  - ・赤：対象あり
- を表しています。



131. たとえば、価格帯グラフで5ポイント以上の差がある項目は2件あります。  
 チェック結果の項目をクリックすると、その詳細が画面下部に表示され、それぞれのポイント差も確認できます。

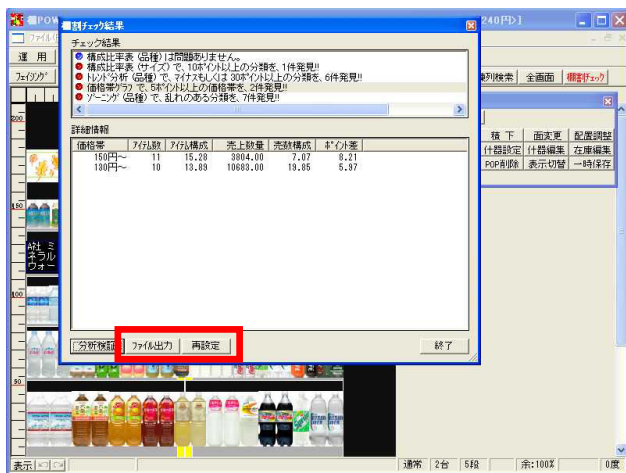
チェック結果は、分析検証で確認できます。  
 分析検証 をクリックします。



132. 該当の分析検証画面が表示され、詳細を確認できます。

130円、140円~のグラフではアイテム数が少ないわりに売上数量が多く、150円~のグラフではアイテム数が多いわりに売上数量が少ないという課題点があるのがわかります。

他の項目も同様に確認できます。



133. ファイル出力 を行なうと、チェック結果と各詳細情報をあわせて出力が可能です。

棚割チェックの設定を変更する場合は 再設定 をクリックします。

棚割チェック設定画面で、設定内容を次回も使う場合は 設定保存 で保存しておく、次回 設定読み込み より呼び出しが可能です。

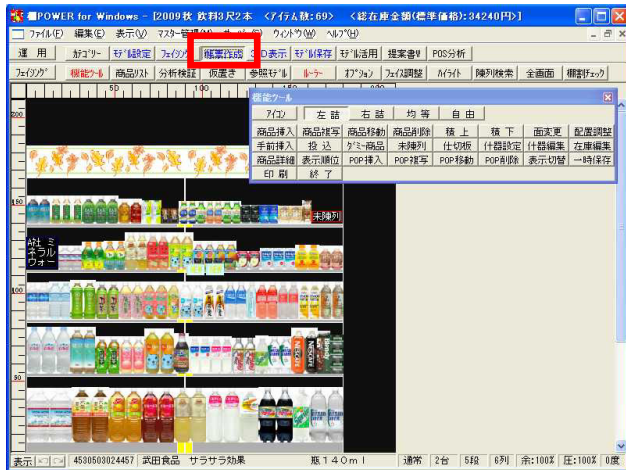
構成比率表 (品種) は問題ありません。					
構成比率表 (サイズ) で、10%以上の分類を、1件発見!!	コード	名称	スペース	売上金額	%点差
	40005	950ml		18	4.35
Hott分析 (品種) で、マックスしくは 30%以上の分類を、6件発見!!	コード	名称	売上数量	回転率	
	82100	サイダー・炭酸ソーダ	Y=287.4-0.88X	-0.88%	
	82200	コーヒードリンク	Y=1460.07-32.82X	-2.234%	
	82600	中国茶・その他お茶	Y=-0.04+3.24X	+10719.230%	
	83100	ピネードドリンク	Y=-2.41+4.29X	+178.229%	
	83200	機能性ドリンク	Y=389.45+142.39X	+87.193%	
	83400	飲料種 (液体)	Y=4.27+2.61X	+81.129%	
価格帯分析で、5%以上の価格差を、2件発見!!	価格帯	アイテム数	アイテム構成	売上数量	売価構成
	130円~	10	13.88	10883	19.85
	150円~	11	15.28	3804	7.07
ゾーン分析 (品種) で、乱れのある分類を、7件発見!!	コード	名称			
	81000	果汁飲料			
	82200	コーヒードリンク			
	82400	紅茶ドリンク			
	82500	日本茶・麦茶ドリンク			
	82700	ミネラルウォーター			

134. ファイル出力 より、Excel出力を行ないました。  
 ファイル出力結果はこのようになります。

#### 4. 分析帳票作成

##### 分析表

多岐にわたる項目の、内容、分析結果を各商品毎に一覧表形式で出力できます。



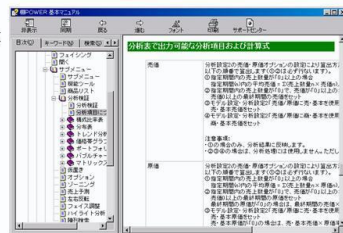
135. モデル単位で分析結果を出力可能な分析帳票を紹介します。  
分析対象のモデルを選択しておく必要があります。  
( フェイシングを開いている必要はありません。 )

運用・ 帳票作成 をクリックします。



136. 分析帳票（分析表・クロス分析表・クロスABC分析表）の優位点は、分析検証のように視覚的に把握できるものとは別に、商品情報として登録してある内容や、売上情報を割り当てたあるモデルの場合は分析項目の値まで細かく把握できるところです。

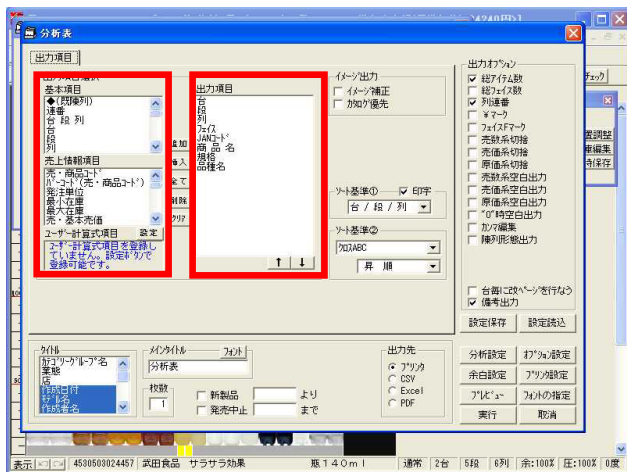
売価	交差比率(売数)
原価	交差比率(売金)
クロスABC	10cm当たり売上金額
フェイス数	10cm当たり粗利益
フェイス構成比	100cm2当たり売上金額
在庫数	100cm2当たり粗利益
在庫数構成比	1000cm3当たり売上金額
売上数量	1000cm3当たり粗利益
売上数量構成比	在庫日数
売上金額	適正在庫量
売上金額構成比	ROI
粗利益	粗利率
粗利益構成比	売数PI
在庫金額	売金PI
在庫金額構成比	粗利PI
売数回転率	
売金回転率	



137. 各帳票の説明に入る前に、分析項目について確認しておきます。

ここにあげた分析項目以外にも、多くの出力可能な項目があります。

詳細は、棚POWER基本マニュアル・運用・フェイシング・分析項目についてを参照してください。



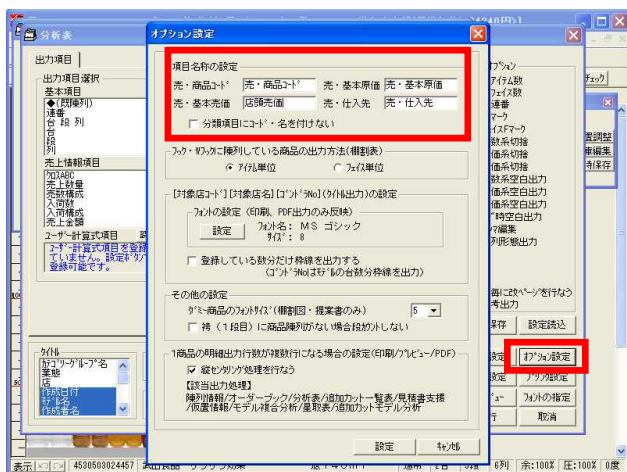
138. 分析表では、40項目以上ある分析項目と50項目以上あるマスター項目から必要な項目を選択し、単品毎に確認できます。

分析表 をクリックします。

基本項目や売上情報項目から、出力したい項目（ここでは、売価、売上数量、売数構成、売上金額、クロスABC）を出力項目に追加します。

**基本項目**  
商品情報として登録した内容を選択する場所です。

**売上情報項目**  
売上情報として登録した内容を選択する場所です。内容を確認すると「売・基本売価」「売・基本原価」など、先頭に「売」の文字が付いている項目があります。これは、商品情報にも同じ項目名が存在するため、判断できるように、このような記載になっています。

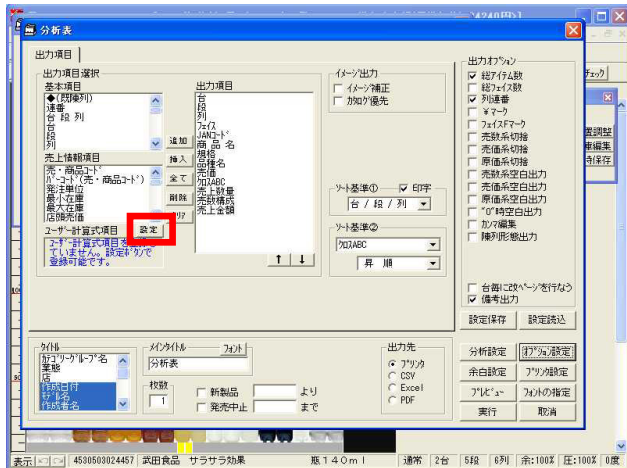


139. 売上情報項目の「売・」という名称は、棚POWERで既にある名称以外のもにに変更可能です。

オプション設定 をクリックし、項目名称を確認します。

「売・基本売価」を「店頭売価」と書き換え、OK をクリックします。

選択項目名が変更され、帳票出力した際にも項目名がわかり易くなります。



140. ユーザー計算式を利用すれば、独自の計算式に基づく結果を帳票に出力する事も可能です。

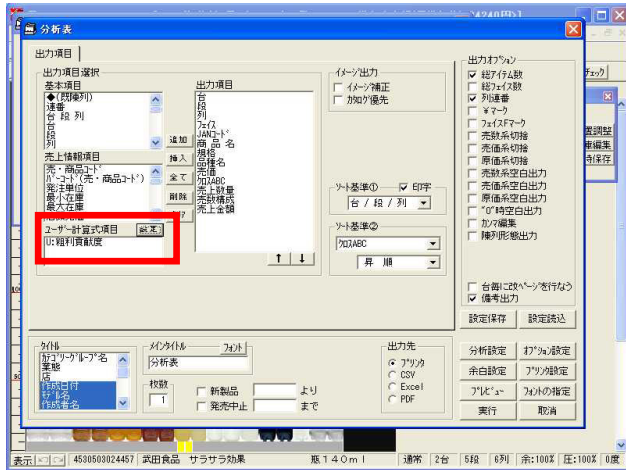
例えば、「粗利ミックス」は粗利率のちがう商品をどのように組み合わせ、最終的な店全体の粗利益額を増やしていくかという考え方で、薄利な商品から粗利益の取れる商品までを取り混ぜて品揃えし、ユーザーへの割安感を提供しつつ企業として目的とする粗利益額を達成する事を言いますが、この場合の単品の貢献度を測る数値として「売上金額構成比×粗利益率」のような計算式を作成することができます。

ユーザー計算式項目の 設定 をクリックします。

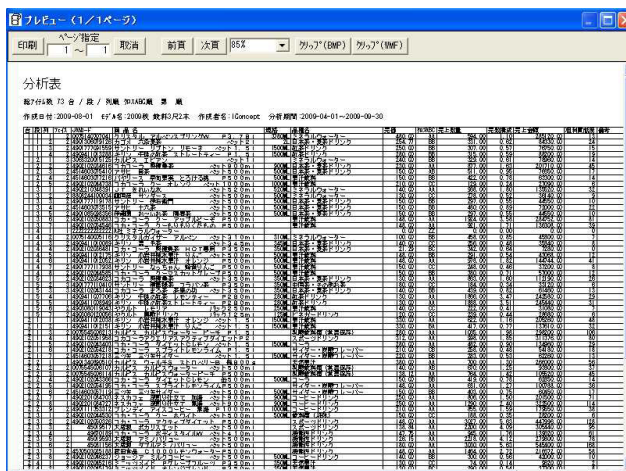


141. 「計算式名」に「粗利貢献度」と入力します。

「売上構成 × 粗利率」と計算式を設定し、登録後、取消してもとの画面に戻ります。



142. ユーザー計算式項目を確認すると「U:粗利貢献度」が登録されているので、出力項目として利用可能です。



143. プレビュー をクリックして帳票を確認します。

このまま印刷する場合は、画面左上の印刷 をクリックすれば印刷出力可能です。

設定画面に戻り、出力先を変更すれば、Excel、CSV、PDF出力ができます。

( プレビューからでなく、設定画面の出力先を「プリンタ」にして実行しても、印刷出力は行なえます。)

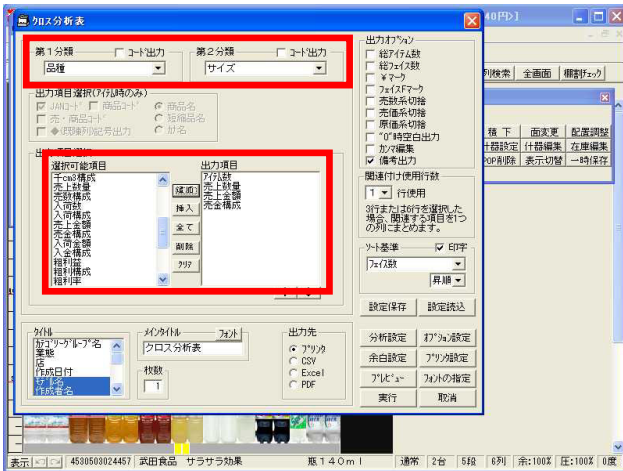
クロス分析表

分類同士、分類とアイテム等、項目の組み合わせにより様々な分析結果を出力可能です。



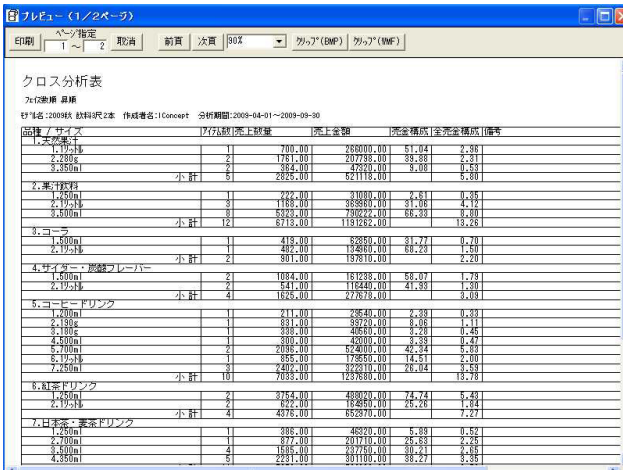
144. クロス分析表では、カテゴリーや価格帯などの分類を組み合わせ、アイテム単位の売場貢献度といった分析が行なえます。

クロス分析表 をクリックします。

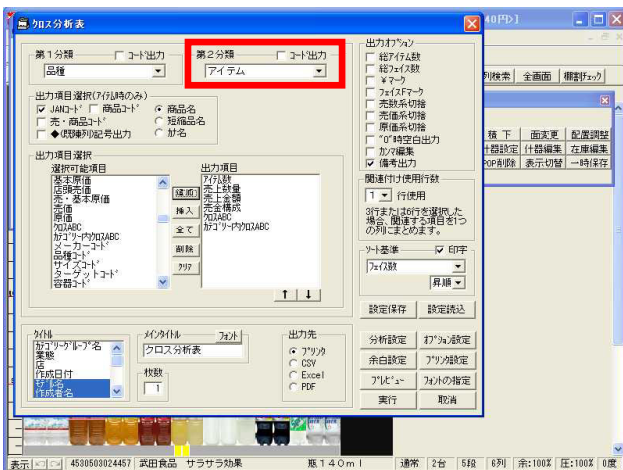


145. 例えば、品種分類毎のサイズ分類の貢献度を確認する場合は、「第1分類：品種」「第2分類：サイズ」とします。

出力したい項目「アイテム数」「売上数量」「売上金額」「売金構成」を出力項目に設定します。



146. プレビュー をクリックして帳票を確認します。



147. 第2分類は「アイテム」も選択可能なので、単品単位まで分析可能です。

この場合、売場全体と分類の中で、それぞれの単品の構成比やABC分析の結果を出力できます。

先程の出力項目以外に「クロスABC」「カテゴリー内クロスABC」を追加します。

クロスABC分析表

売上数量、粗利益などのABC分析をマトリックス形式で出力できます。

148. プレビュー をクリックして帳票を確認します。

「クロスABC」「カテゴリ内クロスABC」の2つのABC分析を並べて表示することで、売場全体で見るとCランクの商品でも、カテゴリの中ではAランクといった発見も行なえます。

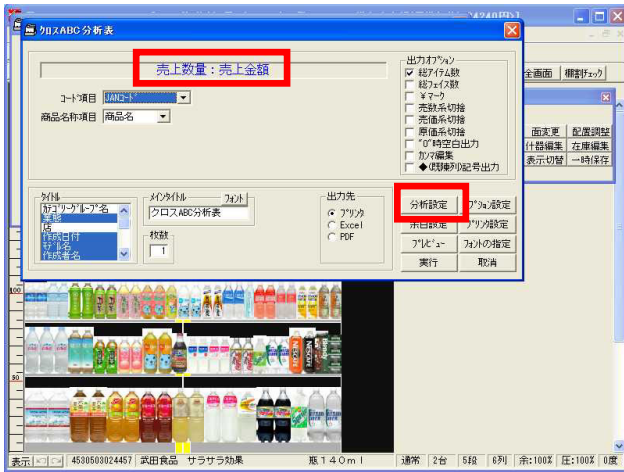
POSの一覧表からカット候補商品を選定するのは異なる、裏づけのある分析が可能になります。



149. クロスABC分析表はいわば商品の成績表です。

モデルに陳列されているアイテム単位で売数と売金、売数と粗利などをクロスさせ、各ABC 合計9区分に分けて帳票出力します。アイテムの位置取りによって商品力が一目瞭然です。

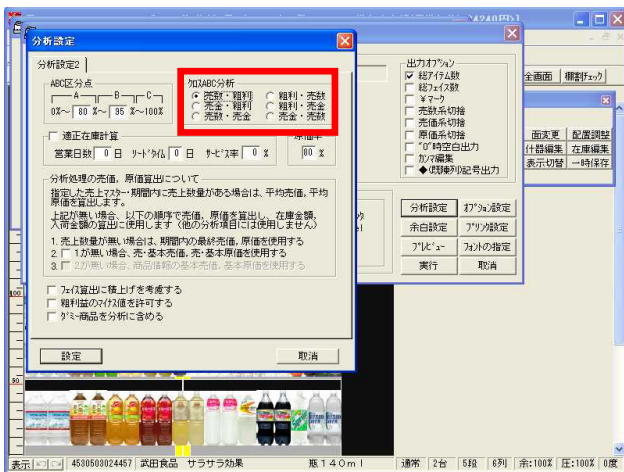
クロスABC分析表 をクリックします。



150. 設定画面に表示されている「売上数量：売上金額」は、クロス分析設定の状態を表しています。

クロスの内容は 分析設定 で変更可能です。

151. 分析設定 をクリックします。



152. モデル設定・[分析設定2]の設定を変更可能です。

ABCクロス分析の設定を「売数・粗利」に変更し、設定 をクリックします。

クロスABC分析表

商品コード	商品名	粗利益ランク	売上数量ランク
10000000000000000000	商品名	A	B
10000000000000000000	商品名	B	A
10000000000000000000	商品名	C	A
10000000000000000000	商品名	A	C
10000000000000000000	商品名	B	C
10000000000000000000	商品名	C	B

153. プレビュー をクリックして帳票を確認します。

例えば、粗利益がAランクで売上数量はBランクの商品。これは販売数を増やしてAAランクに押し上げたい育成商品と言えます。

フェイスを増やす、有利な位置に陳列を変更する、POPを貼るなどが考えられます。

クロスABC分析表

商品コード	商品名	粗利益ランク	売上数量ランク
10000000000000000000	商品名	C	B
10000000000000000000	商品名	B	A
10000000000000000000	商品名	A	A
10000000000000000000	商品名	A	C
10000000000000000000	商品名	B	C
10000000000000000000	商品名	C	B

154. 粗利益がCランクで売上数量はBランクの商品。これは品揃え再検討の余地があります。

モデル保存

必須項目 (検索項目)

カテゴリ: 部門 部門

業態: 2 SM

店: 00000000 新天版

作成日付: 00000000 <形式>YYYYMMDD<

モデル種別: 実施

任意項目

モデル名称: 2008秋 飲料店2本

作成者氏名: Concept

モデルコード:

上書き保存  
別モデル保存  
外部保存  
保存しない  
取消

155. モデルには、分析結果を保存する事ができます。

次回も同じ売上情報を使用する場合等は、モデルを上書き保存しておけば、次回は売上情報の割り当て等の分析設定が不要です。

帳票作成の 終了 をクリックし、モデル保存・ 上書き保存 をクリックします。

以上で「棚POWER 操作テキスト 棚割分析編」を終了します。



- ※ 棚POWERは株式会社サイバーリンクスの登録商標です。
- ※ その他記載されている商品名、社名は一般に各社の商標および登録商標です。

**棚POWER®**

棚割分析編テキスト(Ver17.00)

2009年12月発行



発行

株式会社サイバーリンクス  
棚POWER事業室

江坂オフィス

〒564-0053 大阪府吹田市江の木町 17-1

コンパーノビル 8F

TEL: 06(6821)2571 FAX: 06(6821)2572

E-mail: tp-info@cyber-l.co.jp