POS データ活用検定テキスト　第 1 版　　正誤表

2 ページ（第 2 刷では修正済）

一方 POS レジでは、商品に印刷されたバーコードを読み取るなどの方法で、販売した商品を SKU（Stock Keeping Unit：商品の販売管理単位）レベルで情報収集します。このため、POS レジで収集された販売データは、POS システムを通じて販売金額だけでなく、商品ごとの販売数量、販売単価、販売時間などを分析できるようになりました。

SKU（Stock Keeping Unit：商品の販売管理単位）　**誤**

SKU（Stock Keeping Unit：商品の在庫管理単位）　**正**

22 ページ（第 2 刷では修正済）

（1）　PI 値の活用

PI 値は Purchase Incidence または Purchase Index の略で、レジ通過客数 1,000 人あたりの売上金額や売上点数を示す売上水準を示す指数です。客数の水準が異なる店舗間や、同じ店舗でも異なる期間で、カテゴリーや単品の販売実績や販促の効果を比較する際には、実数ではなく PI 値で比較することが基本です。PI 値の計算式は以下の通りです。

金額 PI＝売上金額×販売期間レジ通過客数×1,000

点数 PI＝売上点数×販売期間レジ通過客数×1,000　**誤**

金額 PI＝売上金額÷販売期間レジ通過客数×1,000

点数 PI＝売上点数÷販売期間レジ通過客数×1,000　**正**

©2022 公益財団法人 流通経済研究所

23 ページ

分母となる客数が異なる PI 値同士を使った計算には注意が必要です。単純に複数店舗の PI 値を合計してはいけません。 **誤**

分母となる客数が異なる PI 値同士を使った計算には注意が必要です。単純に複数店舗の PI 値の合計としたり、その平均値としてはいけません。 **正**

23 ページ

A 店 PI 値＋B 店 PI 値＋C 店 PI 値＝0.29

ではなく

誤

A 店 PI 値＋B 店 PI 値＋C 店 PI 値＝0.86 あるいは
（A 店 PI 値＋B 店 PI 値＋C 店 PI 値）÷3＝0.29

ではなく

正

次ページへ続く

©2022 公益財団法人 流通経済研究所

53 ページ

図表 3-10

誤

	A	B	C	D(A÷B)	E＊	F(D÷E-1)	G(B×E－A)	G÷(Gの合計)		＊＊
商品名	販売金額	販売点数	金額構成比	平均売価	通常売価	平均値引率	値引額	値引額構成比	通常売価価格帯	フェイス数
商品01	80,000	396	1.0%	202	238	-15.1%	14,257	1.9%	200円～	1
商品02	80,000	237	1.0%	337	358	-5.9%	4,985	0.7%	200円～	1
商品03	72,000	585	0.9%	123	127	-3.1%	2,341	0.3%	100～150円	2
商品04	96,000	716	1.2%	134	147	-8.8%	9,313	1.2%	100～150円	2
商品05	120,000	1,200	1.5%	100	106	-5.7%	7,200	1.0%	100～150円	2
商品06	360,000	4,865	4.5%	74	75	-1.3%	4,865	0.6%	～100円	4
商品07	424,000	5,730	5.3%	74	75	-1.3%	5,730	0.8%	～100円	4
商品08	168,000	2,074	2.1%	81	84	-3.6%	6,222	0.8%	～100円	2
商品09	248,000	1,746	3.1%	142	149	-4.7%	12,225	1.6%	100～150円	2
商品10	160,000	645	2.0%	248	298	-16.8%	32,258	4.3%	200円～	2
…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…

＊通常売価：POSデータ分析のツールから得られない場合は、単品別の週次または日次データの期間最大売価を通需要売価と見做す

＊＊フェイス数は、棚割システムまたは売場観察から取得

正

	A	B	C	D(A÷B)	E＊	F(D÷E-1)	G(B×E－A)	G÷(Gの合計)		＊＊
商品名	販売金額	販売点数	金額構成比	平均売価＊＊＊	通常売価	平均値引率	値引額	値引額構成比	通常売価価格帯	フェイス数
商品01	80,000	396	1.0%	202	238	-15.1%	14,248	1.9%	200円～	1
商品02	80,000	237	1.0%	338	358	-5.7%	4,846	0.6%	200円～	1
商品03	72,000	585	0.9%	123	127	-3.1%	2,295	0.3%	100～150円	2
商品04	96,000	716	1.2%	134	147	-8.8%	9,252	1.2%	100～150円	2
商品05	120,000	1,200	1.5%	100	106	-5.7%	7,200	1.0%	100～150円	2
商品06	360,000	4,865	4.5%	74	75	-1.3%	4,875	0.7%	～100円	4
商品07	424,000	5,730	5.3%	74	75	-1.3%	5,750	0.8%	～100円	4
商品08	168,000	2,074	2.1%	81	84	-3.6%	6,216	0.8%	～100円	2
商品09	248,000	1,746	3.1%	142	149	-4.7%	12,154	1.6%	100～150円	2
商品10	160,000	645	2.0%	248	298	-16.8%	32,210	4.3%	200円～	2
…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…

＊通常売価：POSデータ分析のツールから得られない場合は、単品別の週次または日次データの期間最大売価を通需要売価と見做す

＊＊フェイス数は、棚割システムまたは売場観察から取得

＊＊＊平均売価は小数点1位を四捨五入

次ページへ続く

©2022 公益財団法人 流通経済研究所

54 ページ

図表 3-11

商品名	SKU数	SKU数構成比	フェイス数構成比	販売金額構成比	値引額構成比	値引額構成比÷販売金額構成比
100円未満	9	11%	11.6%	14.1%	3.3%	0.28
100円～150円未満	28	35%	40.0%	52.9%	53.0%	1.33
150円～200円未満	27	34%	32.3%	20.6%	16.8%	0.52
200円以上	16	20%	16.1%	12.4%	26.9%	1.67
総計	80	100%	100.0%	100.0%	100.0%	1.00

誤

図表 3 11 では 200 円以上の高価格帯の SKU 数が全体の 20%ありながら、販売金額構成比は 12.4%しかなく、値引額は全体の 26.9%にのぼっていて、値引額構成比は販売金額構成比の 1.67 倍もあります。100 円～150 円未満の価格帯の値引額構成比は 53%と最も高いものの、販売金額構成比も 52.9%と高い水準にあります。売上規模が大きい価格帯なので、値引額構成比もそれなりに大きくなる傾向があります。値引額構成比と販売金額構成比の比を見ると、100 円～150 円未満の価格帯が 1.33 なのに対し、200 円以上では 1.67 と高い水準にあり、やはりこの価格帯に問題があると言えます。

価格帯	SKU数	SKU数構成比	フェイス数構成比	販売金額構成比	値引額構成比	値引額構成比÷販売金額構成比
100円未満	9	11%	11.6%	14.1%	3.3%	0.23
100円～150円未満	28	35%	40.0%	52.9%	53.0%	1.00
150円～200円未満	27	34%	32.3%	20.6%	16.8%	0.82
200円以上	16	20%	16.1%	12.4%	26.9%	2.17
総計	80	100%	100.0%	100.0%	100.0%	1.00

正

図表 3 11 では 200 円以上の高価格帯の SKU 数が全体の 20%ありながら、販売金額構成比は 12.4%しかなく、値引額は全体の 26.9%にのぼっていて、値引額構成比は販売金額構成比の 2.17 倍もあります。100 円～150 円未満の価格帯の値引額構成比は 53%と最も高いものの、販売金額構成比も 52.9%と高い水準にあります。売上規模が大きい価格帯なので、値引額構成比もそれなりに大きくなる傾向があります。値引額構成比と販売金額構成比の比を見ると、100 円～150 円未満の価格帯が 1.00 なのに対し、200 円以上では 2.17 と高い水準にあり、やはりこの価格帯に問題があると言えます。

©2022 公益財団法人 流通経済研究所