

Zチャートで売上トレンドを知る

黒字化実践ノウハウ①

◎税理士 増山英和

われていると思うが、さらにもう一步踏み込んで「Zチャート」を使って売上高の推移やトレンドをチェックするのも有効な手法だ。

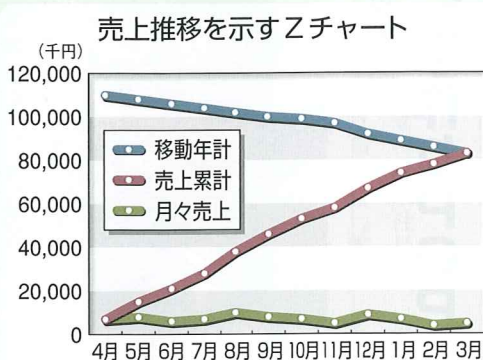
Zチャートを作成しよう

Zチャートとは、図表のように「月々の売上」「売上の累計」「過去一年分の移動年計」の三つの折れ線グラフを一つのグラフに表したものである。これらが文字どおり「Z」の形になる。毎月の売上が季節変動するような場合、短期的に推移をつかむことは難しい。よってZチャートにより中長期的な視点

での推移を分析することが大切なのだ。つまり「長い目で見て売上が伸びているのか、落ちていっているかを判断するうえで、Zチャートは恰好のツールとなるのである。

移動年計とは

移動年計とは、当月の売上高に過去一ヵ月分の売上高を加算して計算した、直近一年分（一ヵ月分）の累計額のこと。それを算出し、毎月直近一年分の売上累計



額をチェックしていく。毎月じわりじわりと売上が増えていけば、このグラフは右肩上がりになる。

反対に、売上が減少傾向であれば右肩下がりになる。経済環境が決まらずに、ある地域の二店舗が明らかに売上高が減少傾向にあり、その結果店舗の損益が赤字になっていることが判明した。この状況ではますます資金が流出することになる。すぐさまこの二店舗を撤退し、経営改善を図った。小売業は季節変動が大きいので、売上高の大きな推移を把握しきれなかったようである。結果、不採算店舗の閉店により収益性は改善され資金繰りは安定した。



経営革新の必要性

これだけ激変する厳しい経営環境の中にあっても、今までどおりのことをただ漫然と続けているような会社のZチャートはおそらく右肩下がりであろう。企業とは環境適応業である。売上高が下がっているということは「時代の変化に対応していない」と捉えるべきだ。ポイントはその推移の変化に早く気づき、もしくは先読みし手を打つことである。経営革新に取り組むことで右肩下がり下げ止め、右肩上がりに転化させていこう。まだZチャートを作成していない方は今すぐ作成し、現状把握に努めていただきたい。

倒産が待ち受けていることにいち早く気づき、次の一手を打つ準備を整えてほしい。

紳士服店の事例

ここで、一つ事例を紹介しよう。「強気に多店舗展開をした結果、六店舗まで店は増えたがどうも業績が思わしくない」とのことと相談に来た紳士服店のケースである。同社の会計は旧態依然としたいわゆるドンブリ勘定だった。そこでTKCの「戦略財務情報システム(FX2)」を導入してもらい、店舗別の損益計算書及び、各店の