

数字の整理表

記入例

会社・事業名
はなまる茶房（架空）

対象の期間（全部そろえます）
直近1年（2025年10月～2026年9月）

数字を教えてくれた人
経理の先輩・営業部の先輩

架空の会社の記入例です。数字はすべて例です。おおよそで大丈夫。正確でない数字は、右の「確かさ」で区別しておきます。

項目	数字	出どころ（誰に聞いた・どの資料）	確かさ
売上 1年間の合計	1,500万円（約）	月次の売上資料（経理）	◎
粗利 売上－仕入	900万円（約）	経理に粗利率を聞いた	○
粗利率 粗利÷売上	60%	1,500円の商品で900円の粗利	○
顧客数 1年間に買ってくれた人（会社） の数	2,000人	顧客名簿・ECの管理画面（営業）	○
客単価 1回の購入あたりの平均金額	3,000円	売上÷（顧客数×購入回数）で逆算	△
購入回数 1人あたりの平均回数（同じ期 間）	2.5回	ECの購入履歴から推測	△

1

売上を分けて、計算で確かめる

顧客数 × 客単価 × 購入回数 = 売上。ずれたら、期間や数字の意味をもう一度確認します。

顧客数
2,000人

×

客単価
3,000円

×

購入回数
2.5回

=

売上（計算）
1,500万円

★ 2,000 × 3,000 × 2.5 = 1,500万円。表の「売上」と合っているので、数字の意味がそろっています。

2

分けて見えたこと

3つのうち、いちばん弱そうなのはどれでしょう？（会社や業界の目安と比べられなくても、感覚でOKです）

☐ 顧客数が少ない

☐ 客単価が低い

☒ 購入回数が少ない

☐ まだわからない

そう思った理由・次に調べること

ギフトで1回だけ買うお客様が多そう。2回目を買った人は何割？

リピートのお客様は、どこから来ている？（次の記事で調べる）

数字の整理表

会社・事業名

対象の期間（全部そろえます）

数字を教えてくれた人

おおよそで大丈夫です。期間は全部そろえてください（例：直近1年）。聞けなかった数字は空欄のままで構いません。「確かさ」に◎（資料で確認）／○（おおよそ）／△（推測）を書いておくと、あとで見直せます。

項目	数字	出どころ（誰に聞いた・どの資料）	確かさ
売上 1年間の合計			
粗利 売上－仕入			
粗利率 粗利÷売上			
顧客数 1年間に買ってくれた人（会社）の数			
客単価 1回の購入あたりの平均金額			
購入回数 1人あたりの平均回数（同じ期間）			

1

売上を分けて、計算で確かめる

顧客数 × 客単価 × 購入回数 = 売上。ずれたら、期間や数字の意味をもう一度確認します。

顧客数

×

客単価

×

購入回数

=

売上（計算）

2

分けて見えたこと

3つのうち、いちばん弱そうなのはどれでしょう？（会社や業界の目安と比べられなくても、感覚でOKです）

☐ 顧客数が少ない

☐ 客単価が低い

☐ 購入回数が少ない

☐ まだわからない

そう思った理由・次に調べること