

SalesConnected

2026 年売上分析レポート

店舗別・カテゴリ別・商品別分析 / 経営者向けサマリー

対象期間：2026 年 1 月 1 日～2026 年 12 月 31 日 | 削除済みデータ除外

エグゼクティブサマリー

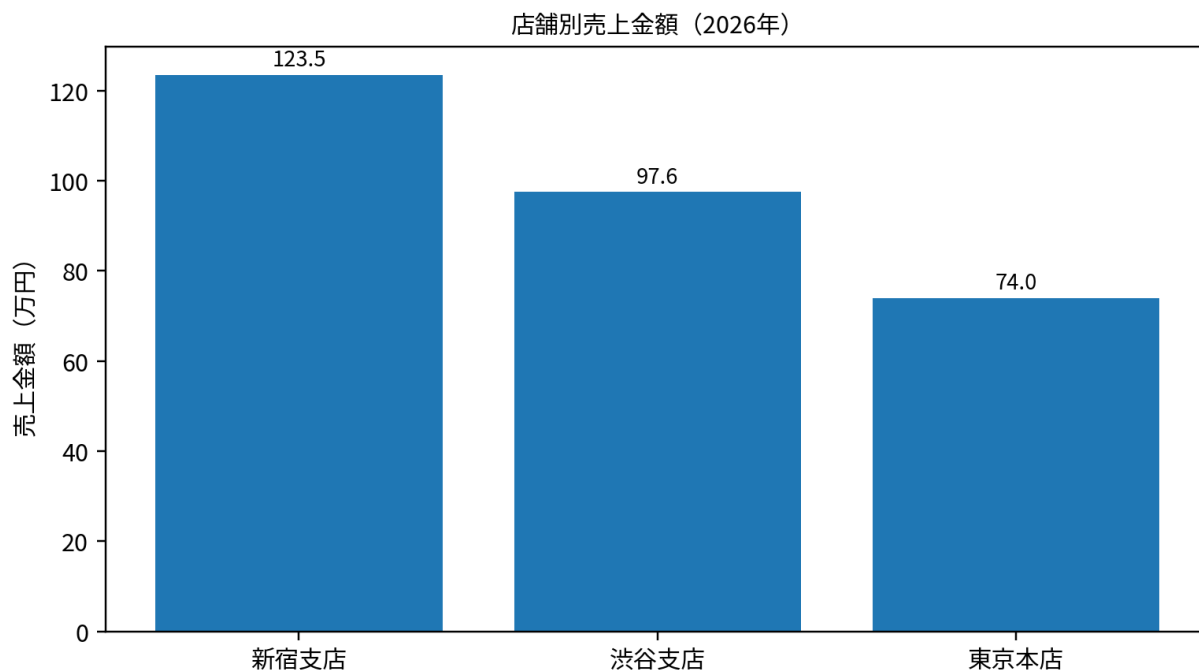
- 2026 年の総売上は 2,951,214 円、販売数量は 1,136 点、伝票数は 125 件。
- 店舗別では新宿支店が売上 1 位。数量・伝票数は各店ほぼ同水準のため、差は高単価商品の販売力にある。
- 東京本店は販売数量が最多にもかかわらず売上最下位で、客単価・商品構成の改善が最優先。
- カテゴリ別では「文具・事務用品」が売上の 86.2%を占める主力。OA・PC アクセサリは数量・売上ともに伸びしろが大きい。
- 今後は東京本店の客単価改善と、USB ハブ・LAN ケーブル・ホワイトボードマーカー等の重点販売を優先する。

1. 全体概況

指標	実績
売上金額	2,951,214 円
販売数量	1,136
伝票数	125
明細数	373
商品数	62
法人顧客数	28
会員顧客数	60

販売数量や伝票数は一定の規模があり、売上差の主因は販売件数ではなく、客単価・商品単価・高単価商品の構成比にあります。

2. 店舗別分析



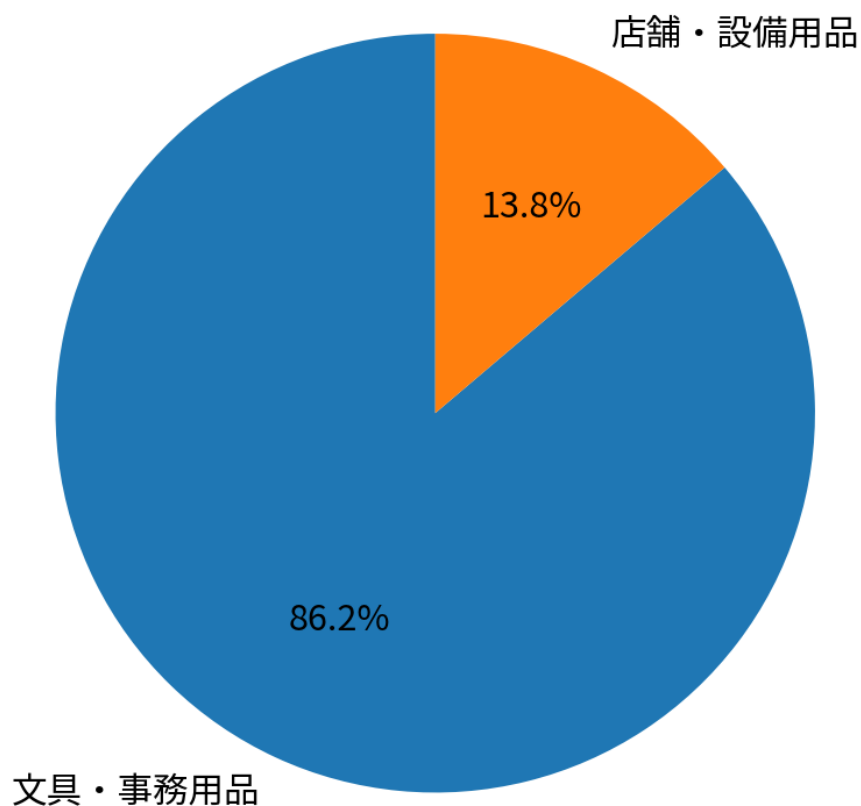
店舗	売上金額	構成比	販売数量	伝票数	法人顧客数	平均単価/数量	伝票単価
新宿支店	1,235,267 円	41.9%	381	42	10	3,242 円	29,411 円
渋谷支店	975,760 円	33.1%	372	41	9	2,623 円	23,799 円
東京本店	740,187 円	25.1%	383	42	9	1,933 円	17,624 円

新宿支店は売上 1,235,267 円で全体の 41.9%を占めます。東京本店と販売数量・伝票数はほぼ同じですが、伝票単価が約 1.67 倍であり、高単価商品の提案力が売上差を生んでいます。

東京本店は販売数量 383 点で最多ですが、売上は 740,187 円にとどまります。集客不足ではなく、低単価商品の販売比率が高いことが課題です。

3. カテゴリ別分析

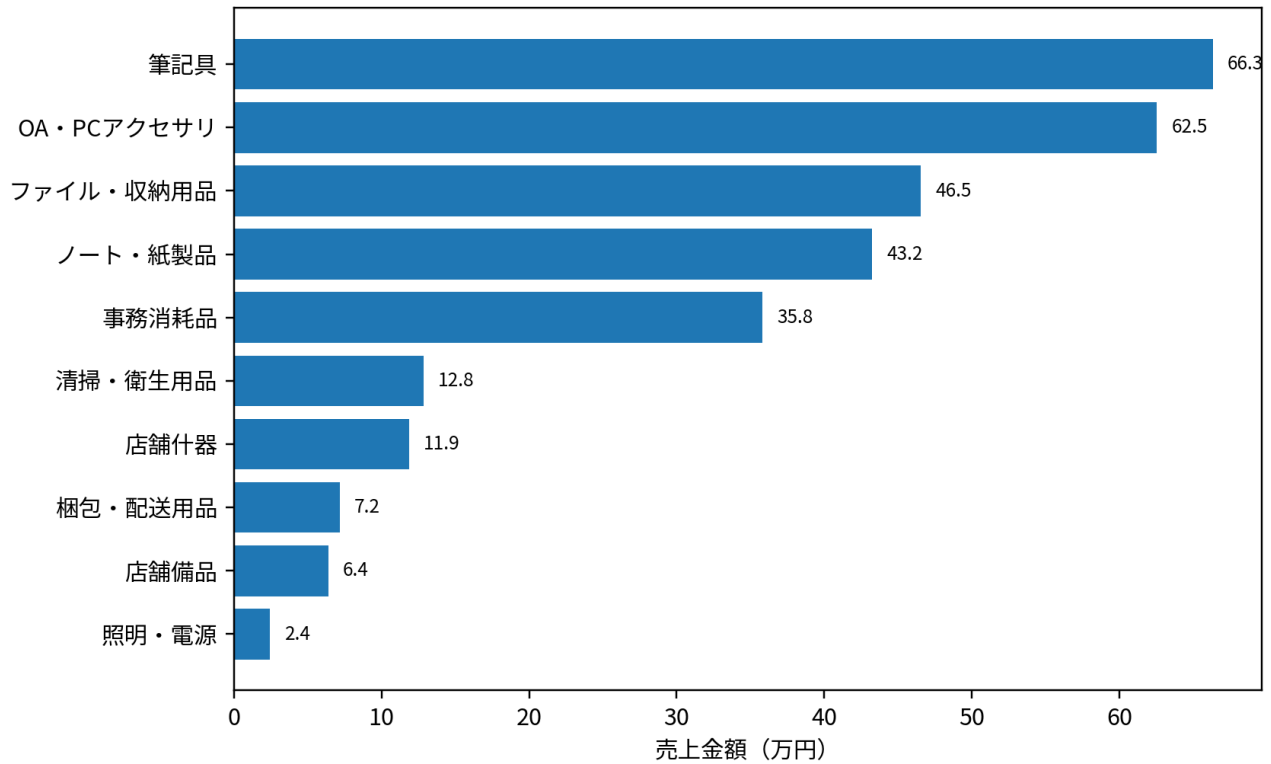
大カテゴリ別 売上構成比



大カテゴリ	売上金額	構成比	販売数量	伝票数	商品数
文具・事務用品	2,544,241 円	86.2%	950	125	47
店舗・設備用品	406,973 円	13.8%	186	62	15

「文具・事務用品」が売上の 86.2%を占める主力カテゴリです。一方で「店舗・設備用品」は 13.8%にとどまり、用途別提案やセット販売による伸びしろがあります。

中カテゴリ別売上ランキング



順位	中カテゴリ	売上金額	販売数量	伝票数	商品数
1	筆記具	663,240 円	222	37	9
2	OA・PC アクセサリ	625,141 円	241	39	10
3	ファイル・収納用品	465,480 円	164	37	9
4	ノート・紙製品	432,480 円	162	38	10
5	事務消耗品	357,900 円	161	37	9
6	清掃・衛生用品	128,353 円	62	13	3
7	店舗什器	118,680 円	52	13	3
8	梱包・配送用品	71,620 円	36	12	3
9	店舗備品	63,880 円	24	12	3
10	照明・電源	24,440 円	12	12	3

4. 小カテゴリ別の好調・不調領域

売上上位小カテゴリ

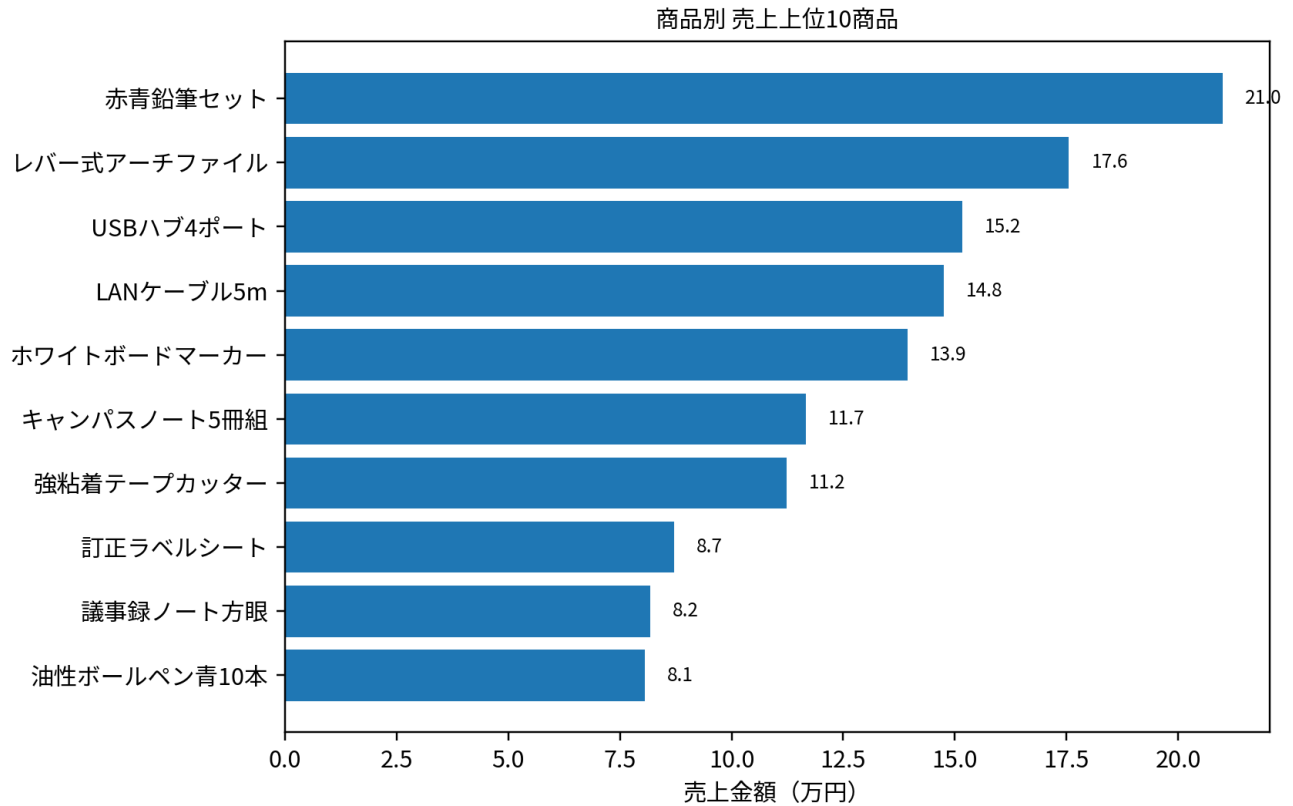
順位	小カテゴリ	売上金額	販売数量	伝票数
1	マーカー・サインペン	531,340 円	138	25
2	ケーブル・USB 用品	518,930 円	154	25
3	ノート・帳票	357,280 円	108	24
4	バインダー	342,700 円	100	25
5	テープ・のり	218,680 円	60	24

不調・改善余地が大きい小カテゴリ

小カテゴリ	売上金額	販売数量	見立て
ノート	3,960 円	3	商品数・販売実績ともに弱い
デスクライト	24,440 円	12	単独販売では伸びにくい
レジ・カウンター備品	63,880 円	24	店舗向け提案が不足
ふせん・メモ	71,240 円	51	数量は出ているが単価が低い

梱包資材	71,620 円	36	セット販売余地あり
------	----------	----	-----------

5. 商品別分析



順位	商品	売上金額	数量	伝票数	顧客接点
1	赤青鉛筆セット	210,060 円	32	8	法人 8 / 会員 4
2	レバー式アーチファイル	175,560 円	24	8	法人 8 / 会員 4
3	USB ハブ 4 ポート	151,650 円	25	5	法人 5 / 会員 2
4	LAN ケーブル 5m	147,560 円	28	8	法人 8 / 会員 4
5	ホワイトボードマーカー	139,440 円	35	9	法人 9 / 会員 4
6	キャンパスノート 5 冊組	116,560 円	20	8	法人 8 / 会員 4
7	強粘着テープカッター	112,360 円	16	8	法人 8 / 会員 4
8	訂正ラベルシート	87,060 円	32	8	法人 8 / 会員 4
9	議事録ノート方眼	81,780 円	16	4	法人 4 / 会員 2
10	油性ボールペン青 10 本	80,580 円	28	8	法人 8 / 会員 4

好調商品は、法人・オフィスで繰り返し使われる商品、単価を取りやすい商品、まとめ買いされやすい商品に集中しています。

売上下位商品

商品	売上金額	数量	伝票数	見立て
LED クリップライト	3,440 円	4	4	単品訴求が弱い
石川ボトルグリーン	3,531 円	15	2	低単価・用途訴求不足
業務用ノート	3,960 円	3	1	実績が極小
インデックスふせん	7,820 円	16	8	数量はあるが単価が低い

充電式 LED ランタン	8,280 円	4	4	照明カテゴリ全体が弱い
--------------	---------	---	---	-------------

6. 経営上の示唆

好調領域

領域	理由
新宿支店	数量・伝票数が他店並みなのに売上が高く、客単価が高い
文具・事務用品	売上の 86.2%を占める主力カテゴリ
筆記具	売上トップカテゴリ。数量・顧客接点ともに強い
OA・PC アクセサリ	数量が最大。法人需要と相性がよい
マーカー・サインペン / ケーブル・USB 用品	小カテゴリ売上の上位を形成

不調領域

領域	理由
東京本店	数量・伝票数は多いが売上が低く、単価が低い
店舗・設備用品	売上構成比 13.8%にとどまる
照明・電源	売上・数量ともに低く、単品訴求が弱い
店舗備品 / 梱包・配送用品	用途別提案やセット販売の余地がある
低単価消耗品単品	数量は出ても売上貢献が小さい

7. 改善を優先すべき店舗

優先順位	店舗	理由	主な施策
1	東京本店	販売数量は最多加が売上最下位。客単価改善余地が最大。	高単価商品の提案、OA・PC アクセサリの重点展開、セット販売
2	渋谷支店	売上 2 位だが新宿支店との差は単価。	新宿支店の売れ筋構成を横展開、法人向け定期補充提案
3	新宿支店	最も好調。改善対象ではなく成功モデル。	販売構成・接客提案を他店へ横展開

8. 今後さらに伸ばすべき商品

優先順位	商品	理由	施策
1	USB ハブ 4 ポート	売上 3 位。OA 需要が強い。	PC 周辺機器セットとして展開
2	LAN ケーブル 5m	売上 4 位。法人需要が安定。	オフィス移転・増設セット化
3	ホワイトボードマーカー	数量 35 で最大級。リピート性が高い。	会議室用品セットに組み込む
4	レバー式アーチファイル	売上 2 位。高単価で安定。	文書管理・総務向けセット化
5	赤青鉛筆セット	売上 1 位。既に強い。	まとめ買い・定期補充提案
6	HDMI ケーブル 1.5m	伝票数 9。法人利用と相性がよい。	会議室・商談ブースセット化
7	訂正ラベルシート	数量 32。リピート性あり。	事務消耗品定期便に組み込む
8	強粘着テープカッター	業務用途が明確。	梱包・バックヤードセット化

9. 最終提案

最優先は東京本店の客単価改善です。東京本店は販売数量・伝票数が十分にあるため、集客施策よりも商品構成と提案内容の見直しが有効です。

- 東京本店の伝票単価を渋谷支店並みの 23,799 円へ引き上げると、約 259,000 円の売上改善余地。
- 新宿支店並みの 29,411 円へ引き上げられれば、約 495,000 円の改善余地。
- OA・PC アクセサリと筆記具を軸に、店舗・設備用品を用途別セットとして提案する。
- 低単価商品の単品販売から、会議室用品・新店舗準備・事務所移転・EC 発送スターター等のセット販売へ移行する。