

Retek® Data Warehouse 10.0



ユーザーガイド



企業本部

Retek Inc.

Retek on the Mall

950 Nicollet Mall

Minneapolis, MN 55403

888.61.RETEK (toll free US)

+1 612 587 5000

本マニュアルで説明されるソフトウェアは、ライセンス契約のもとに提供され、その契約条件に従う場合にのみ使用できます。

本マニュアルの全部または一部を、Retek Inc. (Retek on the Mall, 950 Nicollet Mall, Minneapolis, MN 55403) の書面による明示的な許諾なくして複製または配布することはできません。

本マニュアルの情報は予告なく変更されることがあります。

欧州本部

Retek

110 Wigmore Street

London

W1U 3RW

United Kingdom

Retek は内容の保全を図るため、製品資料を読み取り専用フォーマットで提供します。Retek カスタマサポートは、Retek の許可なく変更された資料についてはサポート致しかねます。

電話番号 (代表):

+44 (0)20 7563 4600

Retek[®] Data Warehouse[™] は、Retek Inc. の商標です。

Retek および Retek のロゴは、Retek Inc. の登録商標です。

セールス窓口:

+44 (0)20 7563 46 46

Fax: +44 (0)20 7563 46 10

©2002 Retek Inc. All rights reserved.

本マニュアルで言及されている他の製品名はすべて、各社の商標または登録商標であり、それに準じた取り扱いをする必要があります。

Retek 日本オフィス

〒107-0061

東京都港区

北青山 3-6-7

青山パラシオタワー 11F

+81 (0)3 5778-7620

Fax: +81 (0)3 5778-7640

米国にて印刷。

カスタマサポート

カスタマサポート時間帯:

中央標準時 (GMT-6) に基づく月曜日から金曜日の 8AM ~ 5PM。Retek 社の休業日 (2002 年度は 1/1、5/27、7/4、7/5、9/2、11/28、11/29、12/25) を除く。

緊急時カスタマサポート時間帯:

週 7 日間 (24 時間)。

お問い合わせ方法 連絡先

電話 米国およびカナダ: 1-800-61-RETEK (1-800-617-3835)
その他の地域: +1 612-587-5000

Fax (+1) 612-587-5100

電子メール support@rettek.com

インターネット www.retek.com/support
Retek 社のお客様向け Web サイトです。問題に関する最新の情報を参照することができます。

メール Retek カスタマサポート
Retek on the Mall
950 Nicollet Mall
Minneapolis, MN 55403

カスタマサポートにご連絡いただく前に、下記の内容をご確認ください。

- 製品のバージョンおよびプログラム/モジュールの名前
- 具体的、技術的な症状 (業務に与える影響を含む)
- 問題の詳細な再現手順
- 正確なエラーメッセージ
- 問題の操作を確認できるスクリーンショット (手順ごと)

目次

第 1 章 序文	1
概要	1
補足資料	1
RDW およびデータウェアハウスとは	1
データウェアハウスの原理	3
属性および属性要素	3
階層	3
ファクト	4
データソース	4
インターフェイスおよびユーザー	5
パワーユーザー (Desktop)	5
インタラクティブユーザー (RDW Web)	5
レポートグループの概要	6
パフォーマンスに関する注意事項	6
プロンプトフィルタおよび反応時間	6
セキュリティに関する注意事項	7
役割および権限	7
オブジェクト許可	8
第 2 章 レポートのコンポーネントおよびその概念	9
概要	9
フォルダおよびレポートの命名規則	11
テンプレート	12
フィルタ	15
メトリック	17
属性および階層	19
階層	19
属性	20

第 3 章 RDW 階層.....	21
競合他社	21
階層構造	21
属性	22
通貨コード	23
階層構造	23
属性	23
顧客	24
階層構造	24
地域	25
階層構造	25
市場組織	26
階層構造	26
属性	26
市場製品	27
階層構造	27
属性	28
組織階層	29
階層構造	29
属性	30
製品階層	32
階層構造	32
属性	33
アイテムアーキテクチャ	36
アイテムの差別化要因 (diff)	37
特売	38
階層構造	38
理由	38
階層構造	38
リージョン特性	39
階層構造	39

売価タイプ	39
階層構造	39
属性	39
取引先	40
階層構造	40
属性	41
入札タイプ	42
階層構造	42
時間階層	43
時間階層の重要度	43
階層構造	43
属性	44
時間フィルタ	45
時間（日）	46
階層構造	46
取引情報	46
階層構造	46
属性	46
組織からの振替	47
階層構造	47
ドリル	48
第 4 章 レポート領域	49
売上および利益	49
概要	49
レポートの構成	54
階層	55
パック売上	55
概要	55
ファクトおよび基準測定	56
変動レポート	56
パック売上に対するアイテムの平均貢献度	56
レポートの構成	57
階層	57
測定	58

値下げ	60
概要	60
レポートの構成	61
階層	61
測定	62
構成店舗分析	63
概要	63
レポートの構成	63
階層	63
測定	64
市場データ	65
概要	65
レポートの構成	68
階層	68
測定	68
RDW および IRI 測定	69
価格	72
概要	72
割り当て領域	73
概要	73
レポートの構成	74
階層	74
測定	74
現地通貨	75
在庫	75
概要	75
在庫状態	75
在庫変動（受取および振替）	77
在庫元帳	80
階層	82
測定	82
取引先の業績	87
概要	87
レポートの構成	88
階層	88
測定	88
分配コスト	89

取引先遵守度	90
概要	90
レポートの構成	92
階層	92
測定	92
取引先契約および有効取引先数	95
概要	95
階層	95
測定	95
ロス防止	96
概要	96
レポートの構成	100
階層	101
店舗の輸送	103
顧客ワークベンチ	104
顧客ディメンション	104
顧客セグメンテーション	104
製品および顧客群	106
人口統計分析	107
地域分析	108
用語集	109
用語	109
略語および頭文字	114
付録 A よくある質問	123
追跡	123
売上	124
ライセンス	124
Web ブラウザ	124
統合	124

付録 B ジョイント子属性のユースケース 125

アイテム 125

競合他社の価格 130

価格設定 133

付録 C 時間変換 135

変換のタイプ 136

時間変換属性の使用 136

属性リスト 138

属性マッピング 139

前月における日 139

前月における週 139

前週における日 140

前週における週 140

前年における日 142

前年における週 142

来年における日 143

来年における週 143

指定日までの月における日 144

指定日までの月における週 144

指定日までの週における日 144

指定日までの年における日 145

指定日までの年における週 145

付録 D 技術上の注意点 147

VLDB プロパティ 147

Oracle 147

DB2 147

Teradata 147

データベースの固有の構文 148

メトリック 148

属性 149

ファクト 149

データベース精度のロス (DB2) 149

複合メトリックにゼロが返される (Teradata) 150

付録 E – 商品ワークベンチメトリックリスト	151
付録 F – カテゴリ管理ワークベンチメトリックリスト	285
付録 G – 店舗運業ワークベンチメトリックリスト	431
付録 H – 顧客ワークベンチメトリックリスト	529

第 1 章 序文

概要

この度は、Retek Data Warehouse (RDW) をお買い上げいただき、ありがとうございます。このユーザーガイドは RDW の顧客参照資料であり、データがどのような変換や照合を通してレポート上に表示されるのかを説明しています。また、さらに進化した Retek Data Warehouse の機能を理解いただくために、主要な機能の概要や実例など RDW に関する貴重な情報を提供しています。

補足資料

RDW に関する詳細については、次の資料を参照してください。

- RDW オンラインヘルプ
- RDW オペレーションガイド
- RDW データモデル
- RDW リリースノート
- RDW インストールガイド

RDW およびデータウェアハウスとは

データウェアハウスとは、Retek Merchandising System (RMS) などのトランザクションシステムのデータを格納、照会するための物理的な場所、つまりデータベースです。RDW を使用するには、まず RMS、Retek Sales Audit (ReSA)、または Retek Predictive Planning (RPP) などのソースシステムの既存データを RDW に入力する必要があります。RDW では、データウェアハウスへの入力に非常に高度な方法が使用されています。詳細はこのガイド全体で説明されていますが、一例としてデータを RMS などのソースシステムから抽出し、データウェアハウスにロードするバッチプログラム（本マニュアルでは通常“モジュール”と呼ばれる）があります。データをデータウェアハウスにロードする方法は、データの種類の“ファクト”か“属性”かによって異なります。

ファクトと階層データの違いを理解するにはまず、データウェアハウス内のデータ処理について理解する必要があります。RDW では、データとのインターフェイスとして機能するオンライン分析処理 (OLAP) アプリケーションを使用しており、オリジナルおよびカスタムの照会機能を使ったデータ活用が行えます。データウェアハウス自体も、有用なスキーマにデータを構造化することにより、この機能をサポートしています。このスキーマの中心となるのがファクトデータです。ファクトとはデータウェアハウスのソースシステム（たとえば RMS）で発生した取引です。店舗や倉庫の売上取引ファクト、在庫カウントファクト、または在庫移動ファクトを調べることができます。

通常、ファクトは数値であるため、それ自体に意味はありません。たとえば、ある店舗での売上数が 6、倉庫の在庫アイテムが 15、または振り替えアイテムが 300 などの数値情報は、それだけでは役に立ちません。スキーマ内のファクトデータに具体的な意味付けを行うのが階層であり、この中にファクトが格納されます。具体例を挙げると、水曜日に店舗 B での売上数が 6、先週の月曜日にシカゴの倉庫で 15 台の食器洗い機が在庫残、または 2 月最後の週にセントルイスの倉庫からデンバーの倉庫に 300 着のブラウスを振り替え、となります。したがって階層データは、データウェアハウス内でファクトの参照データとして機能します。

RDW には、属性や階層データよりファクトデータが多く含まれます。加えて、ファクトデータは、データベースに新しいデータが入力されるたびに变化します。一方、属性データはそれほど変化しません。この点は、新しい店舗が新しい売上取引（ファクトデータ）よりもずっと低い頻度で追加されることから理解できます。このようなファクトと属性データの性質の違いにより、RDW ではこれら 2 種類のデータのロードや操作に、大きく異なる方法を採用しています。

ファクトデータの量は膨大であるため、ソースシステムから RDW にできるだけ速くファクトをロードすることが重要になります。大半の RDW ユーザーにとって、最も多くのデータを含むソースシステムは RMS です。Retek 社の製品である RDW と RMS は、シームレスに統合されています。実際、20 ほどの

RDW のバッチモジュールが RMS のバッチスケジュールに組み込まれています。データウェアハウスインターフェイス (DWI) と呼ばれるこれら RDW のバッチモジュールは、ファクトデータをまずフラット (テキストベース) ファイルに書き込むことにより、RMS の表から直接ファクトデータを抽出します。次いで、該当するバッチモジュールにより

SQL*Load と呼ばれる Oracle プロセスが開始し、フラットファイルデータを RDW のアトミックレベルの表にロードします。アトミックレベルとはデータウェアハウス内でのデータとして最下位のレベルで、実質的には生データと同じです。アトミックレベルでのデータが

OLAP アプリケーションに対して意味を持つようにするため、次にファクトデータが集計されます。

付加的な RDW のバッチモジュールは、集計と呼ばれるプロセスにより、アトミックレベルのファクトデータをさらに上のレベルに引き上げます。データウェアハウスの構造全般と同様、OLAP アプリケーションによるビジネス上のデータ要求に従ってデータが表に移動するように、集計バッチモジュールは綿密に設計されています。

一方、属性データは異なるプロセスで RDW に入力されます。属性データはファクトデータよりもずっと低い頻度で追加または変更され、さらにデータの量もファクトデータよりもずっと少ないため、RDW へのロードもそれほど高速である必要はありません。RDW によるファクトの抽出が RMS との統合に依存しているのと同様に、属性データの抽出も RMS との統合に依存しています。RMS の属性表 (店舗、アイテム、取引先など) には、“トリガ”が含まれています。RMS の表に変更が加えられるたびに (新しい店舗が表に挿入された場合など)、そのイベントにより変更が変更表に書き込まれます。その後 RDW のバッチスケジュールが実行されるとき、タスク専用用意されたバッチモジュールが変更表から新しいデータを抽出し、そのデータを適切な RDW の属性表にロードします。

これらのプロセスは、RDW の機能の概要を示しています。RDW は、すばやく、効果的に、そして意義ある方法で表示できる企業取引データのリポジトリとして機能することを目的としています。このガイドの残りの部分では、RDW がどのようにその目的を実現しているのかを説明しています。

データウェアハウスの原理

データウェアハウスとは、ビジネス分析を簡単に行えるよう最適化および構造化された、企業のトランザクションデータの情報図です。生データを有意義な情報に変換し、最短時間、最小コストで必要な情報を完全に含むレポートを作成できるようにするには、データウェアハウスでの十分なパフォーマンス、およびレポート作成でのフレキシビリティを実現する必要があります。RDW には、レポート、テンプレート、フィルタ、およびメトリックの使用による重要なビジネス情報の提供機能、データのスライスアンドダイス機能、および規則性とトレンドの識別機能が備えられており、ユーザーの意思決定をサポートします。

属性および属性要素

属性とは、システム構築者により定義されるデータレベルで、データベース表の 1 つ以上のカラムに関連付けられています。属性は集計レベルを表し、フィルタリングおよびレポート構築に使用することができます。通常、階層には 1 つ以上の属性が含まれます。属性には、[リージョン]、[順序]、[顧客]、[年齢]、[アイテム]、[市]、[年] などがあります。属性により、集計およびフィルタリング操作が可能になります。

属性要素とは、属性の特定のインスタンスです。属性要素の例には、[Minneapolis]、[New York]、[Baltimore] などのロケーション情報や、[アイテム 1]、[アイテム 2]、[アイテム 3] などのアイテム情報があります。

階層

階層は、関連する属性の集まりで、階層構造になっています。[売上] などのビジネス上の測定単位は、単独ではなく [製品]、[組織]、[時間] などのコンテキストの中に存在します。これらの属性により、利用できる [売上] データのタイプが定義されます。[売上] などのメトリックを検討する場合、どのデータを利用できるか検討することが大切です。たとえば、自社製品別の [売上] 情報があるかどうか、国、リージョン、および都道府県別の [売上] データがあるかどうか、さらに過去 5 年間の [売上] データがあるかなどの検討です。

ファクト

ファクトとはデータベースのカラムを指し、測定可能な情報を保持します。本質的に、ファクトは加法的な数値です。多くの場合、ファクトはビジネス状況の計算や測定に使用されます。通常、ファクトは階層の最下位レベルおよび複数階層にある属性間のさまざまな共通部分に存在します。たとえば、売上ファクトは、アイテム、ロケーション、日レベル、またはサブクラス、ロケーション、週レベルで保持されます。ファクトは、SUM、AVERAGE、および COUNT などのさまざまな関数を使用して、操作または変形することができます。これらの演算子により、メトリックの基準が定義されます。ファクトの例としては、[売上] または [手持ち在庫] などがあります。ファクトはデータの中でも最も重要な部分です。

データソース

Retek Data Warehouse は、さまざまなソースからデータを受け取ることができます。以下にデータを受け取ることのできるソースの例を示します。

- Retek Merchandising System (RMS)
 - デイメンションデータ
 - ファクトデータ
 - トリガ
- Retek Sales Audit (ReSA)
- Retek TopPlan
- Retek Customer Order Management (RCOM)
- クライアント提供のデータ:
 - 顧客アカウントディメンション
 - 顧客地域ディメンション
 - 顧客および製品クラスディメンション
 - 計画シーズンディメンション
 - 市場データファクトおよびディメンション
 - 割り当て領域ファクト
 - 店舗の輸送ファクト
 - インストールでロードされたデータ: 伝票日付ディメンションおよび類似変換用の類似時間

RDW のデータソースの詳細については、『Retek® Data Warehouse 10 オペレーションガイド』を参照してください。

インターフェイスおよびユーザー

パワーユーザー（Desktop）

パワーユーザーは、MicroStrategy Desktop を使用して RDW にアクセスします。Desktop がレポートの開発環境になります。パワーユーザーは次の操作を実行できます。

- レポートの作成と保存
- メトリックの作成
- フィルタの作成
- テンプレートの作成
- システムの既定値およびコントロールの設定
- Web コンテンツの管理
- 上下、その他方向へのドリル
- Word、Excel、PowerPoint、Access へのレポートのエクスポート

インタラクティブユーザー（RDW Web）

インタラクティブユーザーが RDW にアクセスするには、Web ブラウザで RDW Web を使用します。この RDW Web がデータ配信の主なインターフェイスになります。インタラクティブユーザーは次の操作を実行できます。

- レポートの作成と保存
- テンプレートの作成
- 上下方向、特定範囲、および異なる階層間のドリル
- Excel へのレポートのエクスポート

RDW Web では MicroStrategy Web のレポート機能が使用されていますが、さらに拡張された機能、および Retek のルックアンドフィールがクライアントデスクトップに追加されます。拡張された機能は次のとおりです。

- タブ間でレポートおよびフォルダをグループ化する機能。プロジェクト内の参照に便利です。
- ユーザーが所有するフォルダを 1 つのタブで一括表示する機能。
- レポート名またはメトリック名のキーワード検索機能。
- 複数のレポートを一度に実行、表示できるレポートグループ機能。
- 特定のニーズに応じたレポートグループのカスタマイズ機能。
- ブラウザの別ウィンドウで、レポート、レポートグループ、検索結果、および履歴リストを表示する機能。同時に複数の情報を参照する場合に便利です。

レポートグループの概要

RDW Web に追加された機能の 1 つにレポートグループがあります。レポートグループは 2 つ以上のレポートで構成され、これらのレポートが RDW Web インターフェイスの 1 つのページで一度に実行されます。レポートグループは、オンデマンドで実行したり、プロジェクトへのログイン時に自動的に実行するよう設定したりできます。レポートグループを使用すると、関連するレポート、または頻繁に使用するレポートのセットを RDW Web メインページに表示することができます。

ユーザーがレポートグループにアクセスするには、管理者がユーザーの RDW Web プロジェクトでレポートグループの使用を許可している必要があります。管理者は、ユーザーが個人のレポートグループを作成できるよう設定することもできます。レポートグループは、“レポートグループ” フォルダ内の [マイレポート] タブに格納されます。管理者またはシステムユーザーにより作成されたレポートグループはすべて、RDW Web プロジェクトのエンドユーザー全員が使用できます。レポートグループは、検索結果または履歴リストには含まれません。

注: プロンプトを使用しないレポートだけをレポートグループに含めることができます。レポートグループに含めることができるのは、ユーザーまたはシステムユーザーのいずれかが所有するレポートです。レポートグループは自動的に実行されるため、プロンプトでの入力は処理できません。したがって、プロンプトを使用するレポートは、レポートグループに含められません。

パフォーマンスに関する注意事項

カテゴリマネージャが RDW の取引レベルデータにアクセスするレポートを実行する場合があります。RDW のモデルは、これらの領域での分析をサポートしています。ただし、取引レベルデータの量およびリテンションは、フロントエンドパフォーマンスに影響します。取引データの量が大きくなればなるほど、与える影響も大きくなります。つまり、キャッシュデータへのアクセスに比べて、取引レベル（アトミック）データへのアクセスは時間がかかるということです。

プロンプトフィルタおよび反応時間

RDW レポートにはプロンプトフィルタが含まれており、フィルタ基準を選択することができます。

詳細レベルのデータにアクセスするレポートでは、より厳密なフィルタ基準を適用して、照会パフォーマンスを向上してください。適切なプロンプトフィルタ基準を選択しないと、サーバーがタイムアウトしたり、返される行数が最大行数を超えたりする場合があります。

次の情報を含むレポートでは、処理能力または処理時間を要する場合があります。

- 競合他社の価格
- 価格設定
- 割り当て領域
- アイテムレベルレポート

セキュリティに関する注意事項

MicroStrategy 7 を使用する RDW 10.0 では、e ビジネスアプリケーションに必要な総合的なセキュリティプロファイルを作成、管理することができます。アプリケーション機能へのアクセス、ビジネスに関わるすべての知的オブジェクト、およびデータベースの行とカラムは、MicroStrategy のセキュリティ権限、役割、アクセスコントロールリスト、およびデータフィルタで制御されます。

RDW 10.0 では新しいセキュリティシステムが採用されており、ワークベンチへのアクセス保護が従来より強化されています。これまでのバージョンでは、RDW ワークベンチを保持するデータベースサーバーのセキュリティシステムだけで、セキュリティが確保されていました。このため、セキュリティ機能はデータベースレイヤーだけに組み込まれていました。

RDW 10.0 には、アプリケーションレイヤーという別のセキュリティレイヤーが組み込まれています。これには、MicroStrategy 7 プラットフォームの追加セキュリティレイヤーが利用されます。MicroStrategy 7 プラットフォームには、非常に強力な総合的なセキュリティ機能が用意されており、管理者は各オブジェクトへのセキュリティ許可に加えて、各ユーザーのセキュリティ権限も制御することができます。

これまでのバージョンの RDW では、ワークベンチごとにログインする必要がありました。RDW 10.0 では、すべてのワークベンチに対して、1 回のログインで済むようになりました。一度ログインすると、許可されたワークベンチすべてにアクセスすることができます。

役割および権限

特定のワークベンチ内で、各ユーザーには“役割”が割り当てられます。それぞれの役割は、ワークベンチ内の特定の権限セットに関連付けられています。

既定では、[Administrator]、[Architect]、[Report Designer]、[Power User]、および [User] の 5 種類の役割が用意されています。次に、これらの役割が持つ権限を示します。

- [User]: ワークベンチで作成された使用可能なレポートを実行する権限が与えられます。
- [Power User]: レポートを実行する権限に加え、プライベート用レポート、テンプレート、およびフィルタを作成する権限が与えられます。
- [Report Designer]: パブリック用レポート、テンプレート、フィルタ、およびその他のレポートオブジェクトを設計する権限が与えられます。
- [Architect]: [Report Designer] の権限に加えて、ファクト、属性、階層などのスキーマレベルオブジェクトを作成および修正する権限が与えられます。
- [Administrator]: [Report Designer] の権限に加え、すべてのワークベンチを管理する権限が与えられます。これには、他のユーザーに対するセキュリティ許可を変更する権限や、サーバー設定を変更する権限が含まれます。

これらの 5 つの役割の他に、[Web User] および [Web Administrator] の 2 つの役割があります。

ユーザーに割り当てられる役割は、1 つのワークベンチにつき 1 種類ですが、別のワークベンチでは異なる役割を割り当てることができます。たとえば、あるエンドユーザーを一方のワークベンチで [User] に、他方のワークベンチで [Report Designer] に割り当てることができます。

[Administrator] 役割を持つエンドユーザーは、すべてのセキュリティ設定を変更することができます。

オブジェクト許可

役割を使用したセキュリティの管理に加え、MicroStrategy 7 プラットフォームでは、個々のオブジェクトおよびフォルダに対する許可を管理することもできます。オブジェクトの所有者（通常そのオブジェクトの作成者）は、他のユーザーに適用するオブジェクトの許可のタイプを決定できます。オブジェクトに対する許可タイプには、読み取り、使用、参照、編集、および削除があります。最初は、すべての RDW オブジェクトに、全オブジェクト用の既定の許可が適用されます。この設定を使用すると、オブジェクトの読み取り、使用、参照はユーザー全員に許可されますが、オブジェクトの編集および削除は所有者にだけ許可されます。

第 2 章 レポートのコンポーネントおよびその概念

概要

レポートとは、テンプレートおよびフィルタの組み合わせです。レポートを構成するテンプレートおよびフィルタは、別の独立したオブジェクトとして定義して保存することも、レポート内で定義することもできます。レポート内で定義されたテンプレートおよびフィルタは、ローカルテンプレートおよびローカルフィルタと呼ばれます。レポートのフィルタおよびテンプレートコンポーネントには、MicroStrategy Intelligence Server による照会の構築および実行、さらにユーザーへのフォーマット済みレポートの表示に必要な情報がすべて含まれています。

テンプレートはデータのカラムおよび行を指定し、レポートの構造を決定します。次に示すテンプレートでは、行に「組織」階層からの属性とメトリックと呼ばれるいくつかのビジネス測定単位が含まれています。このテンプレートを使用するレポートは、1 つ以上のリージョンに対する利益とその他の関連する測定値に関する情報を返します。

テンプレート定義						
メトリック	利益	利益 (前年)	利益の 前年比 変更率	構成 店舗 利益	構成 店舗利益 (前年)	構成店舗 利益の 前年比 変更率
リージョン						

テンプレート

SQL 照会に関する知識がある場合、テンプレートが SQL 文の SELECT および GROUP BY 節に必要な情報を含んでいることに注目してください。さらに、テンプレートには、カラムの幅、フォント、色、およびその他多数の表示設定など、レポート表示の仕様も含まれます。

テンプレートがレポートの表示構造を提供するのに対し、フィルタはレポート内の情報を制限します。たとえば、リージョナルマネージャは、自分が担当するリージョンの店舗のデータだけをレポートに表示する場合があります。同様に、カテゴリマネージャまたは部門マネージャは、管理しているカテゴリのアイテムだけを表示する場合があります。

フィルタを使用すると、ユーザーは必要な情報だけを取得し、不要なデータを除くことができます。フィルタには、SQL 文の WHERE (および HAVING) 節の作成に必要な情報が含まれています。渡される RDW のデータ量は非常に多いため、レポートでフィルタリングを使用しないと、データウェアハウスのパフォーマンスが著しく低下したり、手に負えないほど膨大な量のデータが返されたりする場合があります。このため、RDW の定義済みレポートには、すべてフィルタがあります。これらのレポートでは、少なくとも時間階層で（必要に応じて、他の階層も選択可）フィルタリングする必要があります。

フィルタには、静的フィルタとプロンプトで入力するフィルタの 2 種類があります。静的フィルタは、ユーザー入力が不要な制約を指定します。プロンプトで入力するフィルタでは、ユーザーがレポートの実行時にフィルタ基準を指定することができます。RDW の定義済みレポートでは、両方のタイプのフィルタを使用できます。プロンプトで入力するフィルタは、非常に汎用性があります。大部分のレポートで、時間、製品、組織のフィルタ基準と、レポートに応じた他の階層のフィルタ基準がプロンプトで表示されます。通常、時間階層のフィルタ基準の指定は必須で、その他の階層ではオプションになります。フィルタタイプの詳細については、この章で後述します。

上記で説明したとおり、レポートはテンプレートとフィルタを組み合わせで作成されます。次は、上記テンプレートに [年] = [2003] および [チェーン] = [RDW チェーン 2] のフィルタ基準を適用したレポートを示しています。

フィルタの詳細: [年] = [2003] AND [チェーン] = [RDW チェーン 2:1005:2]						
メトリック	利益	利益 (前年)	利益の 前年比 変更率	構成 店舗 利益	構成 店舗 利益 (前年)	構成店 舗利益 の 前年比 変更率
リージョン						
合計	171,738	248,344	(30.85%)	0	0	NA
RDW Northwest 51 1017	54,631	71,969	(24.09%)	0	0	NA
RDW Southwest 52 1018	117,108	176,375	(33.60%)	0	0	NA

構成店舗売上分析 (リージョン別) レポート

レポートがテンプレートで定義された構造で表示され、データがフィルタで制限されていることに注目してください。フィルタ基準は、レポート上部に表示されます。この例では、レポートは特定の年および特定のチェーンで制限されています。このレポートテンプレートでは、左側のカラムに [リージョン] が含まれているので、返されたデータは引き続きリージョンで構成されます。ただし、このデータには選択したチェーンと選択した年に該当するリージョンだけが含まれます。

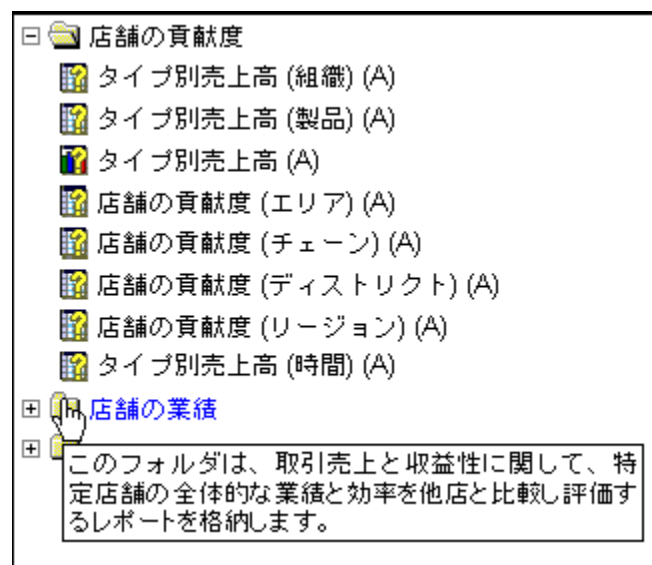
RDW のレポートの基本的な概念の説明で、テンプレート、フィルタ、属性、階層、メトリックなど、いくつかの技術用語が使用されます。これらは、レポートを構成するコンポーネントです。レポートに表示されるビジネス測定単位および他の情報を理解するには、コンポーネントに関する基本的な知識が必要です。レポートを構成するコンポーネントについては、続く項でさらに説明されています。ただし、これらの項はコンポーネントの技術的な点を完全には説明していません。詳細な取り扱い方法については、MicroStrategy のマニュアルを参照してください。

フォルダおよびレポートの命名規則

レポートの各コンポーネントを詳細に説明する前に、レポートが RDW でどのように編成され、命名されているのかを理解しておく役立ちます。次の項では、レポート、およびレポートを含むフォルダが、RDW でどのように編成されているかを説明します。業務専用のレポートを修正または作成する場合、次の規則に従うことをお勧めします。

レポートフォルダ名およびその説明

RDW のレポートは、ビジネス領域に従ってフォルダで編成されています。フォルダを展開すると、そのフォルダに含まれるレポートが表示されます。通常、レポートフォルダには 10 ～ 12 個ほどのレポートが含まれます。



フォルダおよびレポート名の例

フォルダの内容の詳細については、フォルダの説明を参照することができます。MicroStrategy Desktop では、フォルダ名を右クリックして [プロパティ] を選択すると、フォルダの説明を表示できます。RDW Web では、上図で示すように、マウスをフォルダアイコンの上に置くと説明が表示されます。

レポート名およびその説明

RDW のレポートに使用される命名規則を理解しておく、目的の情報をすばやく見つけることができます。レポート名には、レポートに関する次の情報が含まれます。

- 表示モード（グリッドまたはグラフ）
- レポートで使用される属性およびディメンション
- レポートに含まれるビジネス測定単位
- レポートで使用されるフィルタのタイプ

レポート名の左側のアイコンは、レポートの既定の表示モード（グリッドまたはグラフ）を示しています。たとえば、上図の「店舗の貢献度」フォルダの場合、[タイプ別売上高 (A)] 以外のレポートはすべてグリッドフォーマットで表示されます。棒グラフのアイコンは、グラフモードで表示されるレポートに表示されます。

レポート名は、レポートに含まれる測定単位のタイプを示します。さらに、レポートで使用される属性およびフィルタ基準も示します。「店舗の貢献度」フォルダのすべてのレポートでは、プロンプトで入力するフィルタが使用されています。これは、レポート名の末尾にある“(A)”で示されます。RDW Web の場合、これに加えてレポートアイコンに黄色の疑問符マークも表示されます。

すべてのレポートに、ビジネスでの詳細な用途の説明が用意されています。フォルダの場合と同じように、MicroStrategy Desktop では、レポートを右クリックして「プロパティ」を選択すると、レポートの説明を表示できます。RDW Web では、レポートアイコンの上にマウスを置くと説明が表示されます。

テンプレート

上記で説明したとおり、テンプレートはレポートのコンポーネントで、レポートに表示構造を提供します。これらのテンプレートは、レポート内で定義する（ローカルテンプレート）ことも、独立したオブジェクトとして作成および保存することもできます。RDW の定義済みレポートには、独立したテンプレートが使用されています。定義済みテンプレートはすべて、MicroStrategy Desktop の「公共オブジェクト」フォルダ内にある「テンプレート」フォルダに含まれます。RDW Web から、テンプレートを表示することはできません。

テンプレート名およびその説明

テンプレートは、レポートと同様にビジネス領域で編成されます。通常、テンプレートフォルダ名およびテンプレート名は、対応するレポートフォルダ名およびレポート名と同じになります。テンプレートは複数のレポートで使用されるため、テンプレートフォルダに含まれるエントリが、レポートフォルダのエントリより少ない場合があります。

テンプレートの説明では、テンプレートの詳細が表示されます。通常、テンプレートの内容に関する次の情報が表示されます。

- 在庫測定、売上、利益など、テンプレートに含まれる測定またはメトリックのタイプ
- テンプレートに含まれる属性により定義されたレポート作成のレベル

説明は、テンプレートを右クリックして [プロパティ] を選択すると表示できます。これは、MicroStrategy Desktop だけで表示でき、RDW Web では表示できません。

テンプレートについて

一般に、テンプレートは属性（通常、行として指定）およびメトリックで構成されます。これらの要素が連携して、レポートの構造が編成されます。属性とメトリックに加えて、テンプレートには階層、カスタムグループ、統合、オブジェクトプロンプトも含まれます。

次の図は、ロケーション別の売上高および利益を表示するレポートの簡単なテンプレート例です。

テンプレート定義		
メトリック	利益	売上高
ロケーション		

簡単なテンプレート

このテンプレートの属性は、[ロケーション] です。テンプレートをレポートで使用すると、テンプレートに [ロケーション] 別の [売上高] および [利益] 測定単位が表示されます。すべての数値は、そのロケーションレベルの売上および利益金額を反映しています。データが含まれるか除外されるかは、フィルタの制約により決定されますが、選択されるデータはすべて、ロケーションレベルに格納されています。

ビジネス組織の売上表示方法は、ビジネスユーザーにより異なります。たとえば、リージョナルマネージャは自分のリージョンに含まれるロケーションの売上および利益の数値を表示し、ディストリクトマネージャはディストリクトに含まれるリージョンのデータを表示する場合があります。次に、組織のユーザーによって使用される可能性のある「売上高」タイプを示します。

- 売上高（ロケーション）
- 売上高（リージョン）
- 売上高（ディストリクト）
- 売上高（エリア）
- 売上高（チェーン）
- 売上高（カンパニー）

各ユーザーに必要なタイプを用意するには、ユーザーのテンプレートをそれぞれ作成する方法があります。つまり、リージョナルマネージャにはロケーション属性を含めたテンプレートを、ディストリクトマネージャにはディストリクト属性を含めたテンプレートをそれぞれ用意することになります。ただし、この方法では各ユーザーに 1 つずつ、5 個または 6 個のテンプレートを用意する必要があります。

次のテンプレート例の曖昧性に注目してください。行では、組織ディメンションの特定の属性ではなく、「組織」階層が指定されています。

テンプレート定義			
	メトリック	利益	売上高
組織			

曖昧なディメンショナリティのテンプレート

階層は関連する属性の集まりにすぎないので、「組織」階層でレポートを作成することはできません。テンプレートに階層だけが含まれると、レポートのレベルが曖昧になります。照会を構築するには、テンプレートの曖昧レベルを特定の属性レベルに限定する必要があります。

テンプレートのレベルが曖昧な場合、次のように MicroStrategy SQL Engine によりフィルタが確認され、曖昧レベルが階層の特定属性レベルに限定されます。

フィルタに階層からの属性または要素が含まれる場合、レベルはフィルタに含まれる最下位レベルの属性に決定されます。

フィルタに曖昧なディメンションからの属性がない場合、レベルを決定できないことを知らせるエラーが返されます。

テンプレートのレベルが曖昧な場合、フィルタを使用してレポートを強制的に階層の目的のレベルに限定することができます。

たとえば、ディストリクトマネージャが、担当するディストリクトのリージョン別データを表示する場合は、該当するリージョンをフィルタで選択します。結果は、次のようになります。

フィルタの詳細:		
[リージョン] = [RDW Southwest 52:1018:4] または [RDW Northwest 51:1017:3]		
メトリック	売上高	利益
組織		
RDW Northwest 51 1017	403,376	107,825
RDW Southwest 52 1018	1,023,485	258,830

リージョン別の結果

別のレポートを表示する場合は、レポートに適切な組織レベルをフィルタで選択してください。

テンプレートプロパティ

テンプレートは、レポートの編成に加えて、レポートのレイアウトおよび設計を制御します。MicroStrategy Desktop のテンプレートエディタを使用すると、テンプレートを修正または作成することができます。テンプレートの編集方法の詳細については、MicroStrategy Desktop のマニュアルを参照してください。

フィルタ

フィルタは、レポートに含めるデータの条件を指定します。次に、RDW で使用されるフィルタタイプを簡単に説明します。上記で説明したとおり、フィルタには SQL 文の WHERE (および HAVING) 節の作成に必要な情報が含まれています。

フィルタのタイプ

大まかには、RDW で使用するフィルタには、静的フィルタとプロンプトで入力するフィルタの 2 種類があります。

静的フィルタ

このタイプのフィルタには、組み込み基準が含まれています。この基準はレポートの実行時に変更できません。静的フィルタは、レポートに含める情報が決まっている場合や、その情報をレポート構築時に予測できる場合に便利です。たとえば、1998 年の売上および利益の数値を表示するようレポートを設計するとします。この場合、年を 1998 に指定する静的フィルタをレポートに含めます。

プロンプトで入力するフィルタ

このタイプのフィルタでは、ユーザーがレポートの実行時にレポート基準を選択することができます。プロンプトでのフィルタ基準の選択によりレポートは動的なものになり、ユーザーはレポートの実行時にさまざまなデータを取得することができます。さらにレポートはフレキシブルになり、さまざまなユーザーの情報のニーズに応えることができます。プロンプトで入力するレポートを階層を持つテンプレートと一緒に使用すると、多くのユーザーのニーズに合ったレポートを構築できます。

RDW の定義済みレポートのほとんどで、プロンプトが使用されています。特に定義済みレポートのプロンプトフィルタは、ユーザーがレポートの実行時に、時間、製品、組織、およびその他の属性または階層に従ったフィルタ基準を必要に応じて指定できるように用意されています。

フィルタ（静的またはプロンプト）は、主に属性要素、メトリック値、または動的日付で分類できます。

属性要素の分類

属性要素の分類を使用すると、ユーザーは属性要素を選択してレポートに返されるデータを分類できます。たとえば、ユーザーは、[ロケーション] = [New York City]、[デパートメント] = [基本ジーンズ]、[時間] = [週] と選択できます。

メトリック値の分類

メトリック値の分類は、[売上高] > [100] などの条件に基づいて、レポートのデータを制限します。条件メトリックの詳細については、後述します。

動的日付の分類

動的日付は、過去または未来の期間を参照する便利な方法です。動的日付の例には、[前年]、[前週]、および [指定日までのシーズン] などがあります。動的日付は、MicroStrategy Intelligence Server がインストールされているコンピュータのシステムカレンダーを参照日付として使用します。たとえば、動的日付の“今日”が、MicroStrategy Intelligence Server コンピュータのシステムカレンダーで現在の日付になります。

動的日付をプロンプトで入力するフィルタと組み合わせることにより、データを日付で制限したまま、時間以外のディメンションの基準を選択することができます。たとえば、[プロンプト (前週)] フォルダでは、前週でデータが制限されていますが、ユーザーは実行時に時間階層以外の属性フィルタで制限することができます。

フィルタ名およびその説明

フィルタには、分類対象に基づいて名前が付けられます。たとえば、プロンプトフィルタ名が「時間、製品、組織 (A)」のフィルタは、ユーザーが時間、製品、組織階層から属性要素を選択できることを示します。

フィルタは、フィルタの分類対象（属性要素、メトリック、および動的日付）に基づき、フォルダに編成されます。フィルタは複数のレポートで使用されるため、フィルタフォルダに含まれるフィルタがレポートおよびテンプレートより少ない場合があります。フィルタの説明では、フィルタの設計と目的についての詳細が表示されます。MicroStrategy Desktop では、フィルタ名を右クリックして「プロパティ」を選択すると、フィルタの説明を表示できます。これは、MicroStrategy Desktop だけで表示でき、RDW Web では表示できません。

メトリック

メトリックは、業績測定単位を示し、意思決定を支援するまたは業績測定に利用される情報を提供します。通常は数値で構成されます。メトリックは保存されたデータに対して実行される分析計算です。この分析計算により、ステータス資料として参照したり、意思決定するために分析したりできる計算結果や、構成ファクト、関数、およびその他のメトリックが生成されます。

通常、メトリックはレポートに表示するデータを指定するテンプレートに表示されます。メトリックをフィルタ内で使用し、レポートに表示されるデータを制限することもできます。レポート（テンプレートおよびフィルタ）に表示されるメトリックに加えて、「メトリック」フォルダには「システムメトリック」も含まれます。このシステムメトリックは、レポートでの表示やビジネス分析では使用されません。システムメトリックは、さらに高度なメトリックを開発するための構築ブロックとして使用されます。

測定対象および測定処理によっては、メトリックが非常に複雑になる場合があります。ただし、本質的に次の複数のコンポーネントを使用することで、メトリックを構築することができます。

- フォーミュラ（集計）
- レベル（ディメンシオナリティ）
- 条件
- 変形

フォーミュラは、既存のファクトおよびメトリックに対して使用される SQL 集計および数学的な公式を定義し、この特別なメトリックを構築します。フォーミュラの例には、`Sum([F_TRAN_QTY])` があります。メトリックのフォーミュラは、別個の再利用可能オブジェクトとして MicroStrategy に保存する（ベースフォーミュラ）か、メトリック自体に埋め込みます。すべての定義済み RDW メトリックには、それぞれのメトリックのフォーミュラが定義および保存されているベースフォーミュラがあります。

レベルは、フォーミュラの集計レベルを指定します。たとえば、月レベルの [売上単位] を表示する場合、上記のフォーミュラレベルを “月” 属性として指定できます。レポートのテンプレートにより指定される既定レベル以外のレベルを持つメトリックはディメンション (レベル) メトリックと呼ばれます。通常、ディメンションメトリックは、貢献度および変動率などのより複雑なメトリックを作成する目的で作成されます。

メトリックの条件は、メトリックレベルでインプリメントする特定フィルタ基準を指定します。ある条件に基づいて結果を制限する場合、条件をメトリックに割り当てることができます。メトリックでのメトリック条件の役割は、レポートでのフィルタの役割と同じです。メトリック条件は、データベースから取得されたデータを、指定した選択基準に基づいて制限します。条件は、条件が割り当てられたメトリックにより返された値にだけ適用され、特定のレポートに含まれるメトリックすべてには適用されません。この点は、フィルタと異なります。フィルタは、特定レポートのメトリックすべてにより返された値に適用されます。固有の条件を持つメトリックは、条件メトリックと呼ばれます。

変形は、メトリックを別のレベルに 変換する場合に指定されます。たとえば、前年の [売上単位] を表示する場合、“前年” 変形を適用できます。メトリックに適用される変形を持つメトリックは、変形メトリックと呼ばれます。

これらの基本的なメトリック構築コンポーネント以外に、他の既存メトリックを使用してメトリックを作成することもできます。一般に、基本コンポーネントを使用して構築されたメトリックは、シンプルメトリックと呼ばれます。一方、他の既存メトリックを使用して構築されたメトリックは、複合メトリックと呼ばれます。

コンポーネントを使用した特定メトリックの構築方法の詳細については、このマニュアルで説明されていません。これらのコンポーネントの技術的な取り扱い方法については、MicroStrategy のマニュアルを参照してください。

メトリック名およびその説明

RDW では、非常に多くのメトリックを利用できます。そのため、論理的な方法でメトリックフォルダを編成することが重要になります。特有のサブカテゴリまたはフォルダを作成することにより、管理可能な数のメトリックをフォルダに含めることができ、メトリックを簡単に見つけることができます。たとえば、[売上] メトリックを [売上高 (変動率)]、[売上高 (実績)]、[売上高 (計画)] などのさまざまなフォルダで編成することができます。

RDW では、定義済みメトリックは [公共オブジェクト] フォルダ内の [メトリック] フォルダに含まれています。[メトリック] フォルダの説明は総合的で、構成するさまざまなタイプのメトリックに関する概要情報、さらに提供される情報のレベルおよび性質が表示されます。加えて、測定単位の機能領域 (メトリックが使用される方法と場合) が示されます。MicroStrategy Desktop の他のフォルダと同じように、フォルダを右クリックして [プロパティ] を選択すると、メトリックフォルダの説明を表示できます。RDW Web では、メトリックフォルダは表示されません。

また、個々のメトリックに固有の説明もあります。メトリックの説明では、測定の目的および機能に関する基本的な情報が表示されます。

メトリックの説明には次の情報のうち、できるだけ多くの情報が含まれます。

- メトリックタイプ（例： カウント、システムメトリック）
- 機能領域（例： 総仕入れ原価）
- メトリック定義または機能的な説明（例： 基準原価とは割引が適用される前の初期原価と定義されます）
- 制約（例： 純利益データは主要取引先だけが利用可能です）

MicroStrategy Desktop では、メトリック名を右クリックして [プロパティ] を選択すると、メトリックの定義を表示できます。RDW Web では、マウスをレポートのメトリック名の横に表示される小さな星印の上に置くと説明が表示されます。

システムメトリック

定義済みレポートで使用される通常のメトリックに加えて、RDW には “システムメトリック” と呼ばれるメトリックも含まれています。システムメトリックは、特定のタイプの分析を実行するために基本メトリックが必要とするオブジェクトです。システムメトリックはこの目的のためだけに用意されているので、業務では使用しません。このため、直接テンプレートに表示されることはありません。システムメトリックは、適切な定義済みメトリックフォルダに格納され、他のメトリックからは分離されています。

属性および階層

階層

階層は、共通の関係を持つ属性の論理グループです。[時間]、[製品]、および [組織] は、データウェアハウスの最も基本的な 3 つの階層です。階層およびそのコンポーネント属性により、さまざまなレベルで計算ができます。通常、ファクトは各階層の最下位のレベルにあります。

階層は、通常データウェアハウスでは明示的に記述されません。階層は、概念上の構造または主要区分であり、これに従ってビジネスが編成されます。階層および属性は、レポートの作成およびビジネス分析の目的でフロントエンドで使用されます。たとえば、これらをテンプレートで表示したり、フィルタで使用したりすることができます。さらに、メトリックレベルの指定やドリルなどに使用することもできます。

レベル属性の使用

レベル属性は、テンプレートおよびフィルタの両方で使用されます。テンプレートではデータを参照したり、集計したりするのに使用されます。たとえば、売上または利益などの測定はロケーションレベルまたはディヴィジョンレベルに集計されます。属性はフィルタリングにも使用されます。たとえば、レポートの内容をロケーション年別に制限するために使用されます。

属性

属性は、階層のコンポーネントです。階層には 1 つ以上の属性を含めることができます。同様に、1 つの属性は複数の階層に属することができます。属性は集計レベルを表し、フィルタリングまたは構築に使用することができます。属性は、通常データウェアハウスの物理カラムまたはキーを指します。各属性には、属性要素と呼ばれる 1 つ以上のコンポーネントを含めることができます。たとえば、月の属性には、1 月、2 月など複数の属性要素が含まれます。

属性の説明

属性の説明では、特定の属性、属性タイプ、階層内での位置、およびデータモデルとその使用全般に関する機能の概要が簡単に示されています。属性の説明には、次の情報が含まれています。

- 属性名（例: ロケーション）
- 機能の説明（例: ロケーション属性は集計レベルを表します）
- レポート範囲（例: フロントエンドのレポートで属性が使用される方法）

第 3 章 RDW 階層

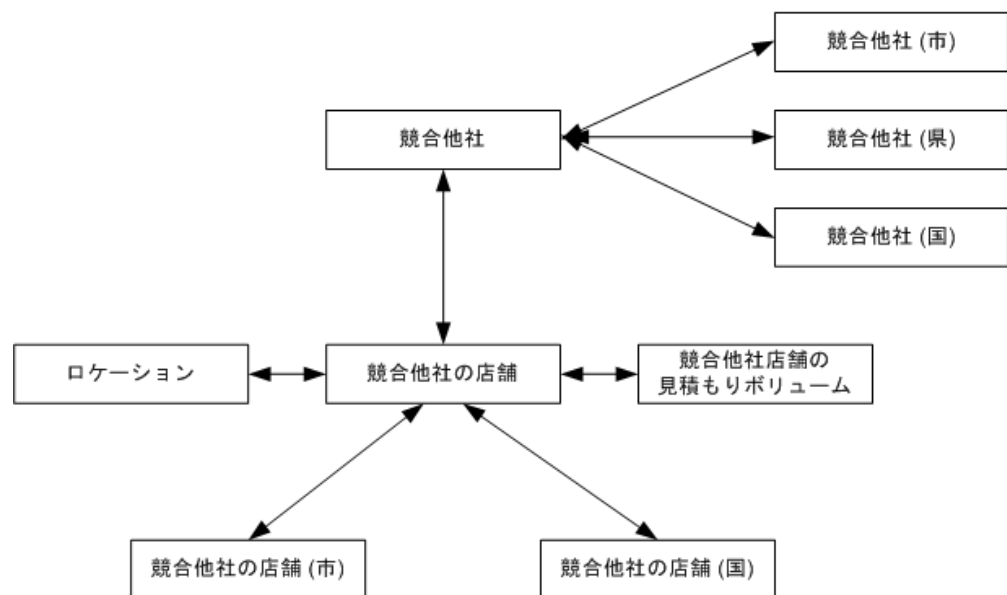
競合他社

この階層には、競合他社の情報が含まれます。

階層構造

この図は、競合他社階層の構造を示しています。

競合他社階層



競合他社階層の構造

属性

次の表は、競合他社階層に含まれる属性とその説明の一覧です。

属性	説明
[競合他社]	競合他社は競合他社階層の最上位の属性です。競合他社は 1 つ以上の競合他社店舗で構成されます。
[競合他社（市）]	競合他社（市）は競合他社の属性です。この属性は競合他社の所在地の都市を表します。
[競合他社（国）]	競合他社（国）は競合他社の属性です。この属性は競合他社の所在地の国を表します。
[競合他社（県）]	競合他社（県）は競合他社の属性です。この属性は競合他社の所在地の県を表します。
[競合他社の店舗]	競合他社の店舗は競合他社階層の最下位の属性です。
[競合他社の店舗（市）]	競合他社の店舗（市）は競合他社店舗の属性です。この属性は競合他社店舗の所在地の都市を表します。
[競合他社の店舗（国）]	競合他社の店舗（国）は競合他社店舗の属性です。この属性は競合他社店舗の所在地の国を表します。
[競合他社店舗の見積もりボリューム]	競合他社店舗の見積もりボリュームは競合他社店舗の属性です。この属性は競合他社店舗の年間ボリュームを表します。

通貨コード

この階層には、ローカル通貨への換算に使用される通貨コードの情報が含まれます。

階層構造

通貨コード階層には、複数の要素を含む属性が 1 つしかないため、下位の階層はありません。

属性

次の属性が、通貨コード階層に含まれます。

- **【通貨コード】**: 特定のロケーションに関連付けられる利用可能な通貨を識別します。

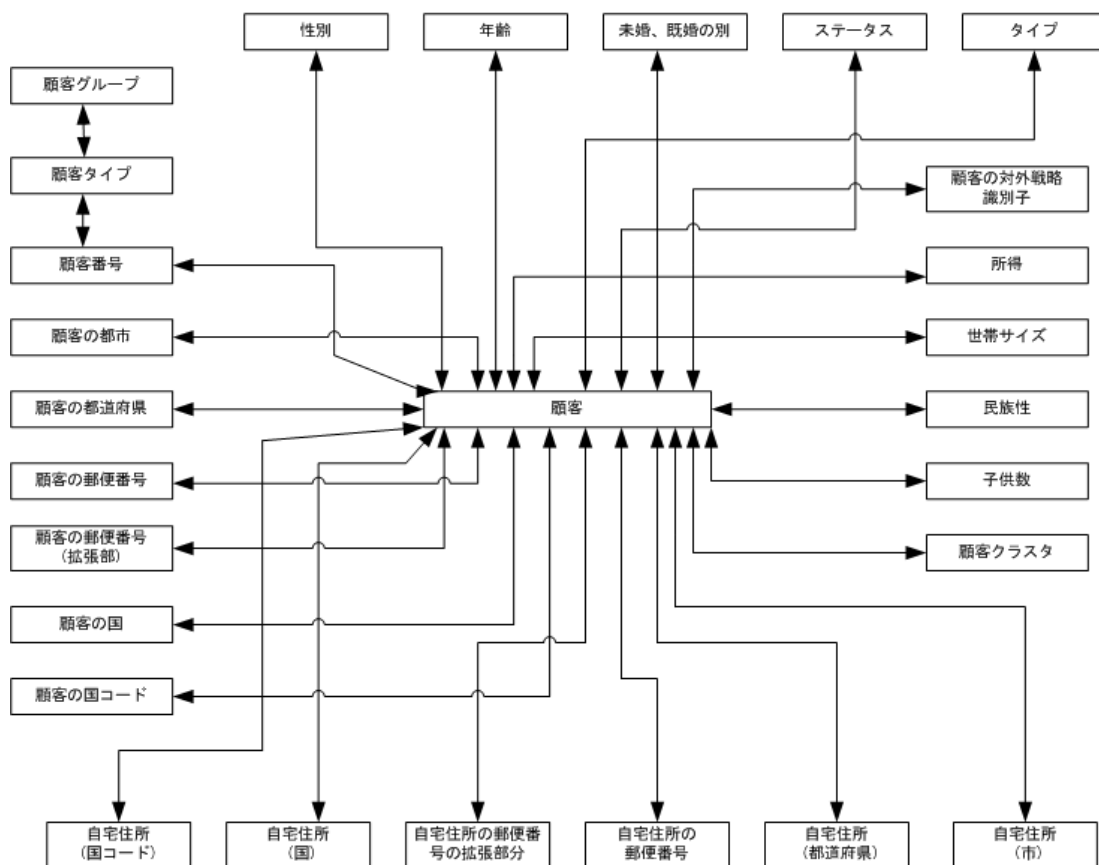
顧客

この階層には、顧客の情報が含まれます。

階層構造

この図は、顧客階層の構造を示しています。

顧客階層



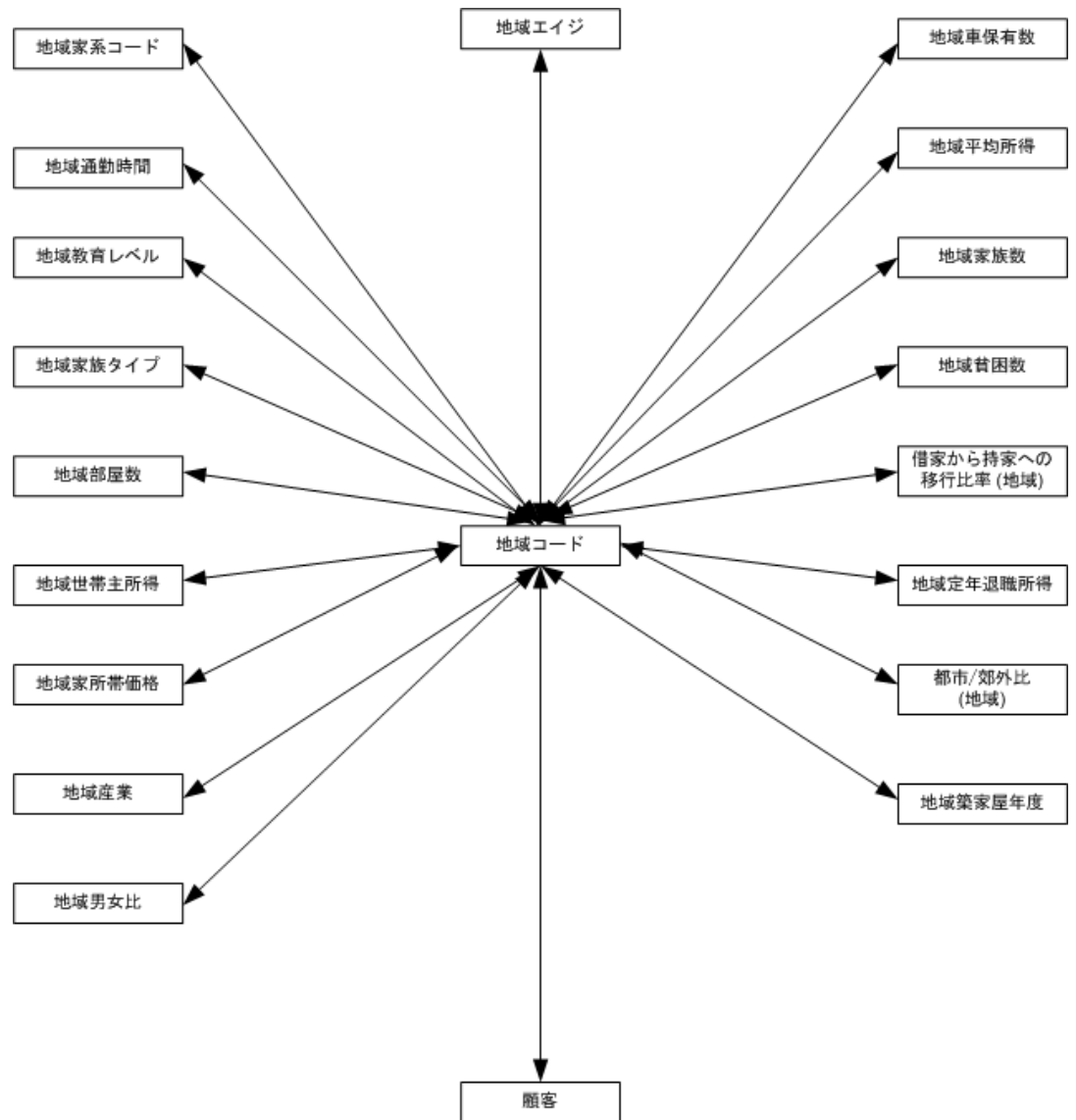
顧客階層の構造

地域

この階層には、地域情報が含まれます。

階層構造

この図は、地域階層の構造を示しています。



地域階層の構造

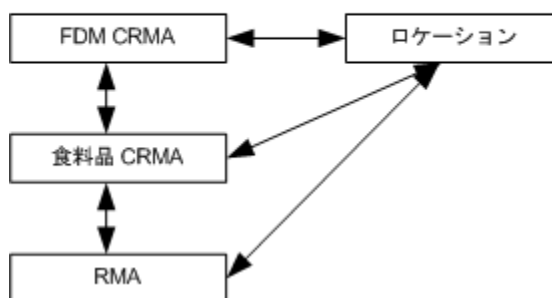
市場組織

この階層には、市場の組織構造に関する情報が含まれます。

階層構造

この図は、市場組織階層の構造を示しています。

市場組織階層



市場組織階層の構造

属性

次の表は、市場組織階層に含まれる属性とその説明の一覧です。

属性	説明
[FDM CRMA]	食料品、医薬品、および量販卸売り店舗（FDM）の競合リージョン市場エリア（CRMA）は、市場組織階層の最上位の属性です。[FDM CRMA] は、リージョン市場エリアの市場データが提供される最上位の地理区分を表します。[RDM CRMA] には、[NY FDM CRMA]、[Maine/Vermont FDM CRMA] などがあります。
[食料品 CRMA]	食料品 CRMA は、リージョン市場エリアの市場データが提供される 2 番目の地理区分を表します。[食料品 CRMA] には、[NY 食料品 CRMA] および [Maine/Vermont 食料品 CRMA] があります。
[RMA]	リージョン市場エリア（RMA）は、市場組織階層の最下位の属性です。[RMA] は、リージョンの市場データの小売業者市場データを表します。[RMA] には、[NY RMA] および [Maine/Vermont RMA] があります。

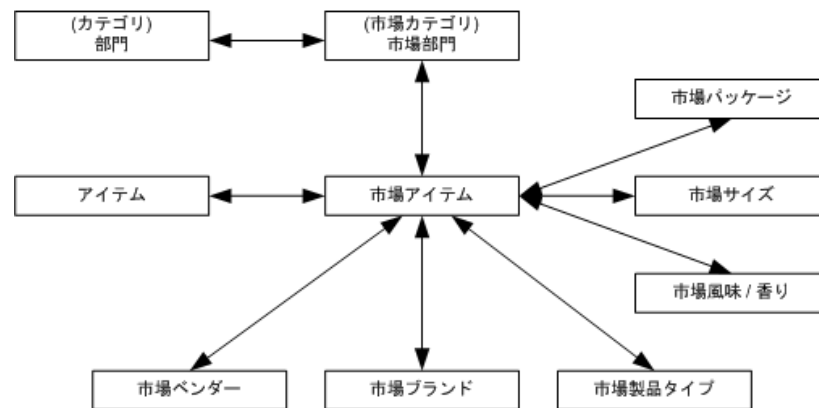
市場製品

この階層には、市場の製品に関する情報が含まれます。

階層構造

この図は、市場製品階層の構造を示しています。

市場製品階層



市場製品階層の構造

属性

次の表は、市場製品階層に含まれる属性とその説明の一覧です。

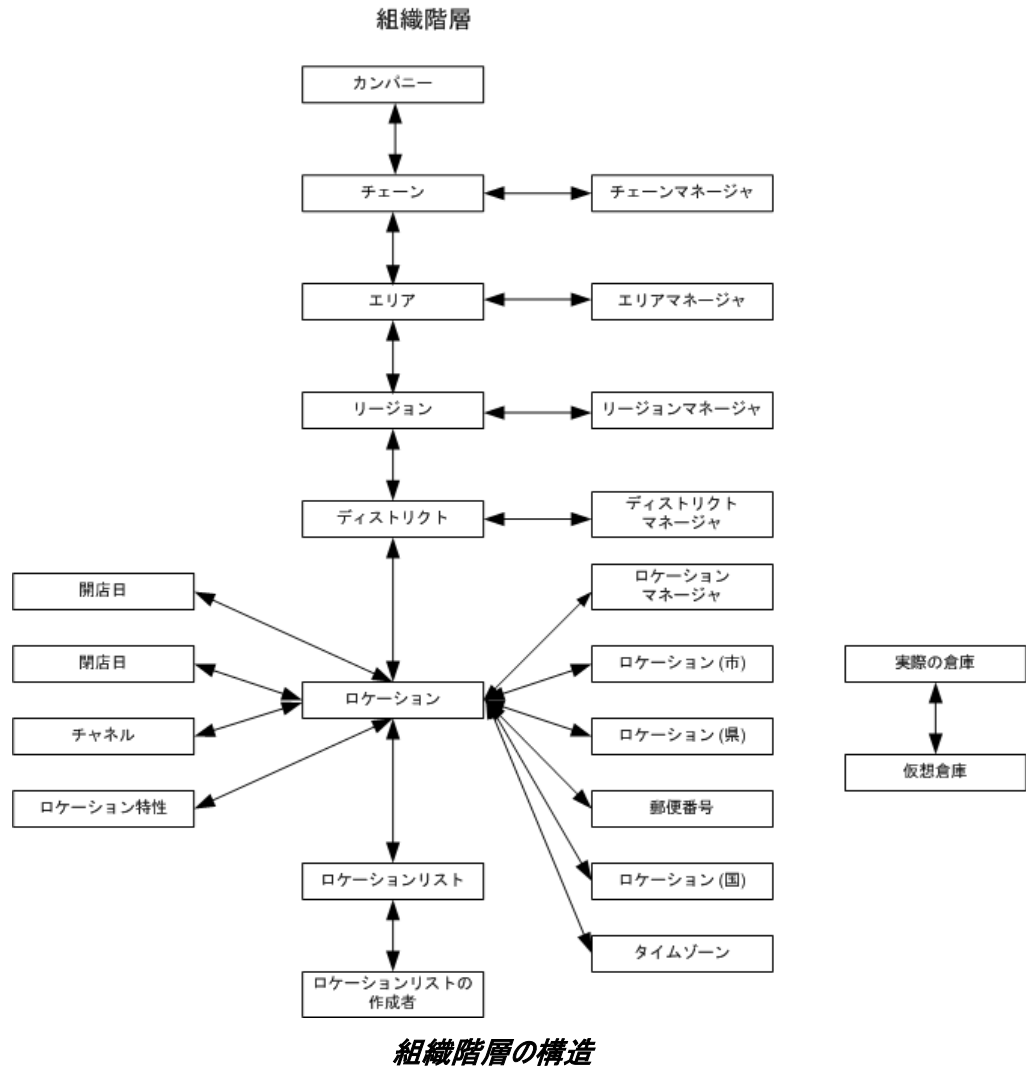
属性	説明
[ブランド]	ブランドは市場製品階層の属性です。ある売り手の商品やサービスを他の売り手の商品やサービスと区別する名前、言葉、デザイン、記号などの特徴を示します。
[風味/香り]	風味または香りで表される市場アイテムの特徴。
[リストアイテムの表示]	市場アイテムがカンパニーによって売られているかどうかを識別します。
[市場カテゴリ]	市場カテゴリは市場製品階層の最上位の属性です。
[市場アイテム]	市場アイテムは市場製品階層の最下位の属性です。
[パッケージ]	製品を呈示するパッケージのタイプ（缶、ガラス、箱など）を示すために、共同データ提供者から提供される市場データ属性。
[製品タイプ]	製品の分類（ソーダやクッキーなど）を示すために、共同データ提供者から提供される市場データ属性。
[サイズ]	市場アイテムのサイズを表す数値。
[ベンダー]	ベンダーとは、販売する購入商品を仕入れる小売業者のソースです。「取引先」とも呼ばれます。

組織階層

所属するカンパニーまたは組織の構造は、RDW の組織階層で処理されます。

階層構造

この図は、組織階層の構造を示しています。



属性

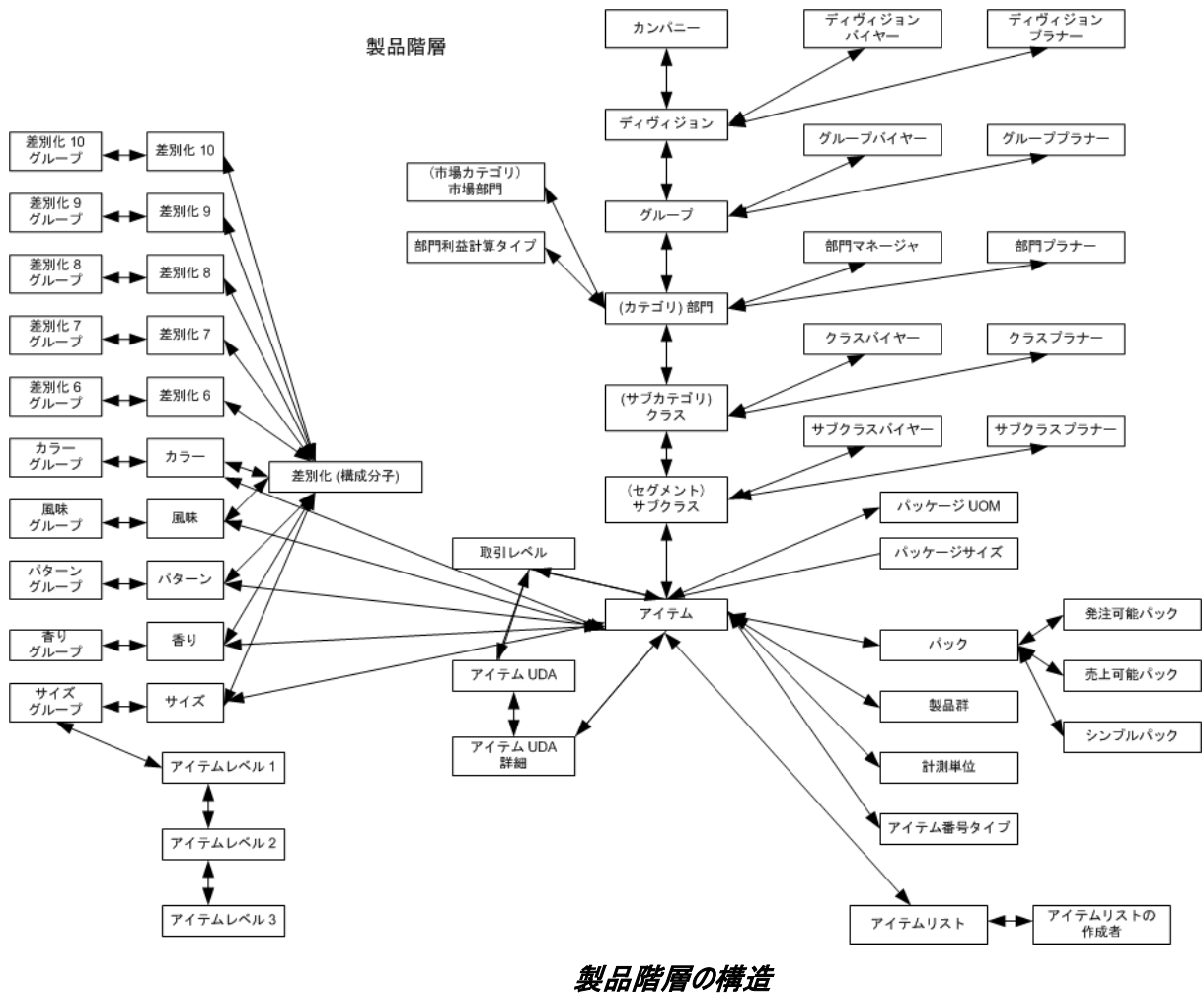
次の表は、組織階層に含まれる属性とその説明の一覧です。

属性	説明
[エリア]	エリアは組織階層内で上位から 3 番目に位置する属性です。エリアは 1 つ以上のリージョンから構成されます。
[エリアマネージャ]	特定のエリアの管理担当者の ID を表します。
[パックの分割表示]	倉庫が取引先ケース数量以下で物流できるかどうかを示します。
[チェーン]	チェーンは組織階層内で上位から 2 番目に位置する属性です。チェーンは 1 つ以上のエリアから構成されます。
[チェーンマネージャ]	特定のチェーンの管理担当者の ID を表します。
[市]	市はロケーションの属性です。この属性は店舗または倉庫の所在地の都市を表します。
[カンパニー（組織）]	カンパニーは組織階層内の最上位の属性です。カンパニーは 1 つ以上のチェーンから構成されます。
[既定の倉庫]	既定の倉庫は組織階層の属性です。この属性は、店舗として機能している最優先倉庫で構成されます。
[ディストリクト]	ディストリクトは組織階層内で上位から 5 番目に位置する属性です。ディストリクトは 1 つ以上のロケーションから構成されます。
[ディストリクトマネージャ]	特定のディストリクトの管理担当者の ID を表します。
[ロケーション]	ロケーションは組織階層内の最下位の属性です。カンパニーの倉庫または店舗を識別します。
[ロケーション（国）]	店舗または倉庫がある国を識別します。
[ロケーションフォーマット]	ロケーションのフォーマットタイプを示します。店舗のロケーションだけで有効です。
[ロケーションリスト]	ロケーションリストは、あらかじめ定義されたロケーションのグループを識別します。
[ロケーションリストの作成者]	ロケーションリストを作成したユーザーを識別します。ユーザーは 1 つ以上のロケーションリストを作成することができます。

属性	説明
[ロケーションマネージャ]	特定のロケーションの管理担当者の ID を表します。
[ロケーション特性]	ロケーション特性は一意の識別子です。店舗のロケーションだけに、この属性の有効なエントリを含めることができます。
[ロケーションタイプ]	ロケーションが店舗または倉庫であることを示します。
[郵便番号]	店舗または倉庫の郵便番号を識別します。
[特売ゾーン]	店舗または倉庫の特売ゾーンを識別します。
[リージョン]	リージョンは組織階層内で上位から 4 番目に位置する属性です。リージョンは 1 つ以上のディストリクトから構成されます。
[リージョンマネージャ]	特定のリージョンの管理担当者の ID を表します。
[改装日]	ロケーションが改装された日付を識別します。
[売り場面積]	ロケーションの売り場面積を表す数値。
[県]	店舗または倉庫がある都道府県を識別します。
[店舗日数]	“比較可能” または “新規” のいずれかで日数を一意に識別します。店舗が 1 年未満の場合、店舗日数は “新規” として分類され、それ以外は “比較可能” になります。
[閉店日]	ロケーションが閉店した日付を識別します。
[開店日]	ロケーションが開店した日付を識別します。
[タイムゾーン]	店舗または倉庫が位置しているタイムゾーンを識別します。
[総面積]	ロケーションの総面積を表す数値。
[振替ゾーン]	店舗または倉庫が属する振替ゾーンを識別します。
[UPS ディストリクト]	店舗または倉庫の所在地の UPS ディストリクトを示します。
[VAT インジケータ]	付加価値税 (VAT) がアイテムに含まれているかどうかを示します。
[VAT リージョン]	ロケーションに関連する付加価値税 (VAT) リージョンを示し、そのロケーションに適用される VAT の金額の識別に使用されます。

この項では、DWI インターフェイス（間接的には RMS）による各機能領域での変更が RDW バッチモジュールで処理される方法について簡単に説明します。この階層には、カンパニーの製品に関する情報が含まれます。

この図は、製品階層の構造を示しています。



属性

次の表は、製品階層に含まれる属性とその説明の一覧です。

属性	説明
[カテゴリ]	カテゴリは製品階層の上から 4 番目の属性です。カテゴリは 1 つ以上のサブカテゴリから構成されます。
[カテゴリマネージャ]	特定の製品カテゴリの管理担当者の ID を表します。
[カテゴリプラナー]	特定のカテゴリについて、店舗や小売チャネルでの商品の配置やフローによってエリアの財務目標の達成を目指す責任者を表します。
[カテゴリ利益計算タイプ]	カテゴリの利益の計算に使用された方法を示します。
[カテゴリ取引先]	特定のカテゴリの取引先として割り当てられた担当者またはカンパニーの ID を表します。
[カンパニー（製品）]	カンパニーは製品階層内の最上位の属性です。カンパニーは 1 つ以上のディヴィジョンから構成されます。
[ディヴィジョン]	ディヴィジョンは製品階層の上から 2 番目の属性です。ディヴィジョンは 1 つ以上のグループから構成されます。
[ディヴィジョンバイヤー]	特定のディヴィジョンについて、店舗や小売チャネルで販売する商品の購買の責任者を表します。
[ディヴィジョンプラナー]	特定のディヴィジョンについて、店舗や小売チャネルでの商品の配置やフローによってエリアの財務目標の達成を目指す責任者を表します。
[グループ]	グループは製品階層の上から 3 番目の属性です。グループは 1 つ以上のカテゴリから構成されます。
[グループバイヤー]	特定のグループについて、店舗や小売チャネルで販売する商品の購買責任者を表します。
[グループプラナー]	特定のグループについて、店舗や小売チャネルでの商品の配置やフローによってエリアの財務目標の達成を目指す責任者を表します。
[アイテム]	アイテムは製品階層内の最下位のレベルの属性です。売上と在庫ファクトは、アイテム属性内であらかじめ設定された 3 つのレベルの 1 つで追跡されます。
[アイテム区分 1]	アイテムの最初の特性はアイテム差別化グループ 1 に属します。これらの特性は、色、風味、サイズ、香り、パターンの特化タイプで構成されます。

属性	説明
[アイテム区分 2]	アイテムの 2 番目の特性はアイテム差別化グループ 2 に属します。これらの特性は、色、風味、サイズ、香り、パターンの特化タイプで構成されます。
[アイテムの差別化グループ 1]	色、風味、サイズ、香り、またはパターンのいずれかの特化タイプで構成される特性の最初のグループを識別します。
[アイテムの差別化グループ 2]	色、風味、サイズ、香り、またはパターンのいずれかの特化タイプで構成される特性の 2 番目のグループを識別します。
[アイテムの差別化タイプ]	他のすべてが含まれる差別化の基本タイプを識別します。基本タイプには、色、風味、サイズ、香り、またはパターンがあります。
[アイテムレベル 1]	これは最上位のアイテムレベルを表し、レベル 2 の 1 つ以上のアイテムで構成されます。
[アイテムレベル 2]	これは最上位から 2 番目のアイテムレベルを表し、レベル 3 の 1 つ以上のアイテムで構成されます。
[アイテムレベル 3]	これは最下位のアイテムレベルを表します。
[アイテムリスト]	アイテムリストは、あらかじめ定義されたアイテムのグループを識別します。
[アイテムリストの作成者]	アイテムリストを作成したユーザーを識別します。ユーザーは 1 つ以上のアイテムリストを作成することができます。
[アイテム番号タイプ]	この識別子はアイテム番号が保持されるフォーマットを示します (UPC、内部番号、PLU など)。
[アイテム UDA]	アイテムのユーザー定義属性を識別します。
[アイテム UDA 詳細]	特定のアイテム UDA の詳細情報を識別します。
[発注可能パック]	パックが発注可能かどうかを識別します。
[パック]	パッケージ化されてまとめて販売されているアイテムのグループを識別します。
[パック表示]	アイテムをパックアイテムとして識別します。
[パッケージサイズ]	アイテムパッケージのサイズを表す数値。
[パッケージ単位]	アイテムパッケージに関連付けられた測定単位。
[主要取引先]	アイテムの主要取引先を示します。
[セグメント]	セグメントは製品階層の下から 2 番目の属性です。セグメントは 1 つ以上のアイテムから構成されます。

属性	説明
[セグメントバイヤー]	特定のセグメントについて、店舗や小売チャネルで販売する商品の購買の責任者を表します。
[セグメントプラナー]	特定のセグメントについて、店舗や小売チャネルでの商品の配置やフローによってエリアの財務目標の達成を目指す責任者を表します。
[売上可能パック]	パックを売上可能パックとして識別します。
[シンプルパック]	パックをシンプルパックとして識別します。
[サブカテゴリ]	サブカテゴリは製品階層の下から 3 番目の属性です。サブカテゴリは 1 つ以上のセグメントから構成されます。
[サブカテゴリバイヤー]	特定のサブカテゴリについて、店舗や小売チャネルで販売する商品の購買の責任者を表します。
[サブカテゴリプラナー]	特定のサブカテゴリについて、店舗や小売チャネルでの商品の配置やフローによってエリアの財務目標の達成を目指す責任者を表します。
[取引レベル]	売上情報が保存されるアイテムレベルです。
[計測単位]	アイテムの標準計測単位です。

アイテムアーキテクチャ

アイテムレベル情報

追跡レベルおよびアイテムレベル

新しい RMS アイテム階層（行/行拡張/変形）を RDW 階層表にインポートするために、既存の RDW 階層は、新しく統一されたアイテム階層表の関係を反映するように変更されています。追跡レベルは、各アイテムファミリーで同じになります。アイテムファミリーでは、アイテムのファミリー内位置がアイテムレベルにより示されます。再分類は各アイテムファミリー内ではなく、アイテムファミリー全体に対して実行されます。

アイテム識別子

RMS のさまざまなアイテム識別子（UPC、不定貫 JAN、EAN、PLU など）に対応するために、RDW のアイテムカラム item_idnt が現在の varchar2(10) から varchar2(25) に拡張されています。RDW 側の Item_idnt は、level1_idnt、level2_idnt、または level3_idnt のいずれかです。階層の代理キーである item_key、level1_key、level2_key、および level3_key が常に存在し、これらカラムのデータタイプ番号は (12) です。

現在リリースされている RDW では、アイテムレベル情報を保持する 1 つのアイテムマスター表と 3 つのビューが使用されています。3 つのビューは、フロントエンドでアイテムファミリーの 3 つのレベル間をドリルアップおよびドリルダウンするために使用します。

ユーザー定義属性 (UDA)

RMS での UDA 機能は変わっていないため、新しいアイテム階層表およびカラム名の変更を受けて、UDA データベースオブジェクトおよびバッチモジュールが更新されています。

ビジネスルール: RDW では、追跡レベルでの UDA 情報の保持だけが行われます。

パック

新しいアイテム階層と売上表、さらにカラム名の変更を受けて、パックデータベースオブジェクトおよびバッチモジュールが更新されています。

取引先

RMS の取引先機能に合わせて、取引階層が大きく変更されています。以前の RMS では、アイテム原価がアイテム - 取引先 - 国レベルで保持されていましたが、現在ではアイテム - 取引先 - 国 - ロケーションレベルで保持されています。

アイテムリスト

RMS のアイテムリスト機能は変更されていません。ただし、新しいアイテム階層表およびカラム名の変更を受けて、アイテムリストデータベースオブジェクトおよびバッチモジュールが更新されています。

製品シーズン

製品シーズンディメンションのソースには、Retek Merchandising System (RMS) を使用することができます。製品シーズン機能を使用し、異なるシーズンおよびシーズン内のフェーズに応じて各アイテムを分類します。たとえば、取引先のファッションアイテムの配送に応じて、アイテムグループにシーズンの“春”を割り当てます。これらのアイテムとシーズンの関係は“春 I および春 II”など、フェーズにまで分割することができます。次に、これらのアイテム-シーズンの関係を RDW にロードします。これによって、クライアントは売上および在庫データを照会することができます。たとえば、“春”シーズンのアイテムすべてを参照できます。

注: アイテムは、ある特定の日付に対し 1 つの製品シーズンにだけ属することができます。製品シーズンを重複することはできません。つまり同じアイテム日付が 2 つの製品シーズンに属することはできません。

計画シーズン

小売計画データのソースには、Retek TopPlan を使用することができます。RDW は、現在とオリジナルの計画の TopPlan (またはクライアントの計画ソースシステム) からファクトを保持します。クライアントは、計画中のファクトの照会に役立つ計画シーズンディメンションを組み込むことができます。計画中のファクトは週レベルで RDW に保持されるため、計画シーズンディメンションおよび“指定日までのシーズン”属性によりカレンダー週の特定の範囲が計画シーズンと関連付けられます。

注: 計画シーズンは重複できません。つまり同じ週が 2 つの計画シーズンに属することはできません。

アイテムの差別化要因 (diff)

できるだけフレキシブルにレポートするため、アイテムに関連する個別の階層属性として新しいアイテムの差別化要因 (Diff) が RDW に抽出されます。Diff には階層がありますが、その階層はアイテムに関連しています。

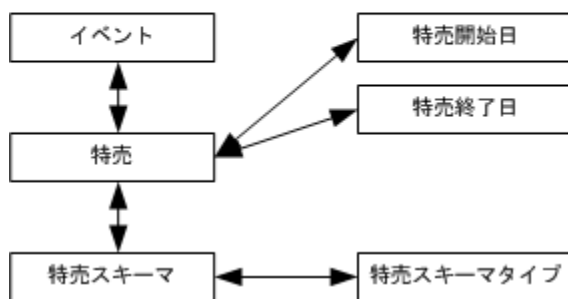
特売

この階層には、特売の情報が含まれます。

階層構造

この図は、特売階層の構造を示しています。

特売階層



特売階層の構造

理由

この階層には、理由の情報が含まれます。

階層構造

この図は、理由階層の構造を示しています。

理由階層



理由階層の構造

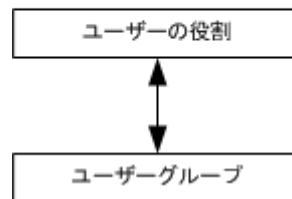
リージョン特性

この階層には、リージョン特性の情報が含まれます。

階層構造

この図は、リージョン特性階層の構造を示しています。

リージョン特性階層



リージョン特性階層の構造

売価タイプ

この階層には、売価タイプの情報が含まれます。

階層構造

売価タイプ階層には、複数の要素を含む属性が 1 つしかないため、下位の階層はありません。

属性

次の属性が、売価タイプ階層に含まれます。

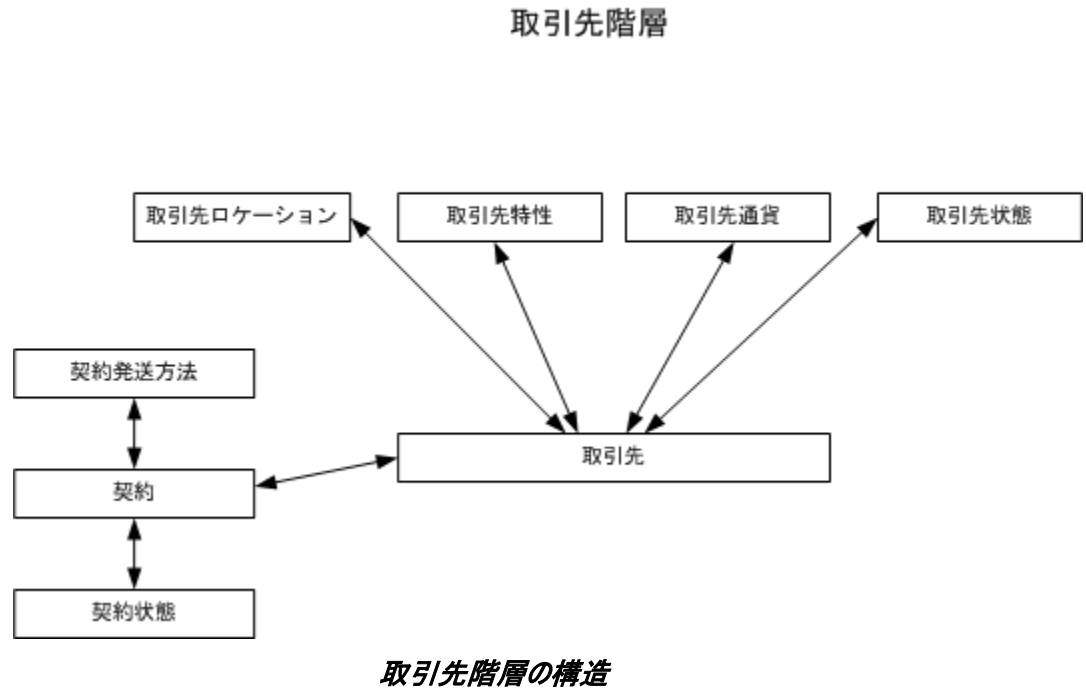
- **【売価タイプ】**: 価格タイプ（通常、特売、クリアランス）を示します。

取引先

この階層には、取引先の情報が含まれます。

階層構造

この図は、取引先階層の構造を示しています。



属性

次の表は、取引先階層に含まれる属性とその説明の一覧です。

属性	説明
[EDI 属性]	取引先に EDI 機能があるかどうかを示します。
[取引先]	取引先を一意の名前で識別します。
[取引先カテゴリ]	カテゴリと取引先間の多対多関係を設定します。
[取引先通貨]	取引先が使用する通貨を識別します。
[取引先ロケーション]	取引先のメインロケーションを識別します。
[取引先プレマーク]	この取引先によって供給されたアイテムが、事前にマークされるかどうかを識別します。
[取引先プレチケット]	取引先によって商品が事前にマークされる、または価格設定されるかどうかを識別します。
[取引先品質管理]	この取引先からの入荷の品質を管理する必要があるかどうかを示します。
[取引先状態]	取引先の経営状態が良好かどうかを示します。
[取引先特性]	商品取引先特性の一意の識別子。

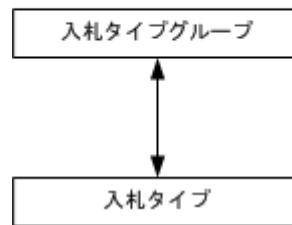
入札タイプ

この階層には、入札タイプの情報が含まれます。

階層構造

この図は、入札タイプ階層の構造を示しています。

入札タイプ階層



入札タイプ階層の構造

時間階層

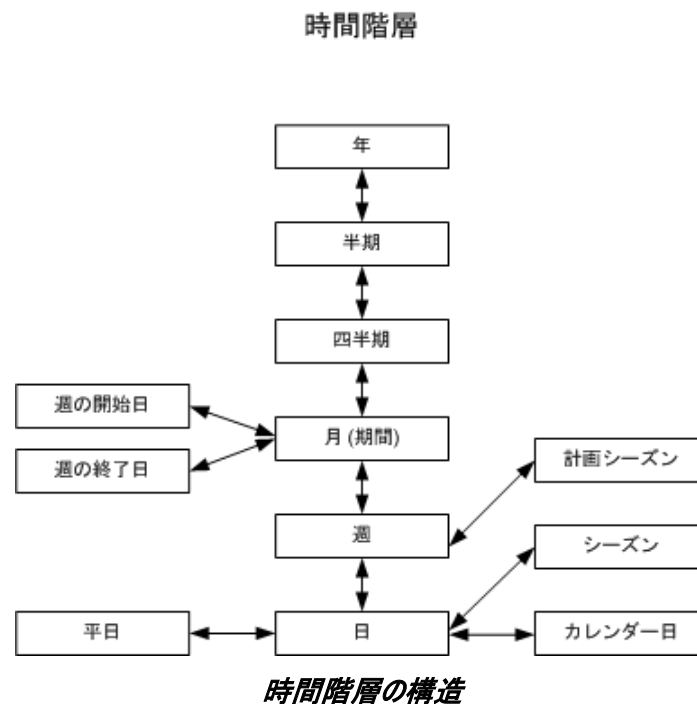
この階層には、カレンダー時間および時間（日）の両方に関する情報が含まれます。時間属性には変換が可能なものと不可能なものがあります。変換可能な属性は、時間ベースで比較する際にしばしば使用されます。この属性がメトリックに組み込まれると、類似期間の業績を分析することができます。詳細については、「付録 C 時間変換」を参照してください。

時間階層の重要度

レポートが関連する期間の制限を無視して実行されると、データの意味がなくなります。時間の変換を実行する場合には、時間で制限する必要があります。つまり、時間プロンプトから日または年を選択する必要があります。時間変換メトリックを含むレポートを実行する場合は、時間の基準を指定する必要があります。

階層構造

この図は、時間階層の構造を示しています。



13 期間カレンダーと 4-5-4 カレンダーの比較

4-5-4 カレンダー（既定）

4-5-4 カレンダーでは、毎月が日曜日で始まり、土曜日で終わります。各四半期はちょうど 13 週になっています。四半期は 1 か月が 4 週の月で始まり、1 か月 5 週の月、1 か月 4 週の月と続きます。

13 期間カレンダー

13 期間カレンダーは代替カレンダーとして使用できます。13 期間カレンダーは、2 月最後の土曜日の次の日曜日から始まります。カレンダーの 1 年は、それから 52 週または 53 週後の土曜日に終了します。5 年または 6 年に一度 53 週になります。

1 年は 4 つに分割されます。最初の四半期は各月が 4 週の 4 か月で構成され、2 番目以降の各四半期は各月が 4 週の 3 か月で構成されます。ただし、5 年または 6 年に一度 53 週になります。カレンダーは 6 年、5 年、6 年、6 年、5 年の 28 年サイクルになっています。1 年が 53 週のカレンダーでは、最後の四半期の最初の 2 か月は 4 週で構成され、最終月は 5 週で構成されます。

このオプションの使用に関する詳細については、『Retek® Data Warehouse 10 中間層インストールガイド』を参照してください。

属性

時間暦属性

次の表は、時間暦階層に含まれる属性とその説明の一覧です。変換可能な時間属性の比較表については、「付録 C 時間変換」を参照してください。

属性	説明
[カレンダー日]	カレンダー日は時間階層の属性で、月の名前または数字、日数、および年数から構成されます。カレンダーボックスから、固定日付セットを選択することができます。
[日付]	日付は時間階層の属性で、月の名前または数字、日数、および年数から構成されます。カレンダーボックスから、固定日付セットを選択することができます。
[日付範囲]	日付範囲は時間階層の属性で、名前または月数、日数、および年数から構成されます。カレンダーボックスから、範囲設定日付のセットを選択することができます。
[日]	日は時間階層の属性で、曜日で構成されます。
[動的日付]	動的日付は時間階層の属性で、名前または月数、日数、および年数から構成されます。時間により変更される固定日付セットまたは日付範囲のいずれかを選択することができます。

属性	説明
[LFL 前年 (日)]	本年に対応する前年の日 day_idnt の数値。
[LFL 前年 (週)]	本年に対応する前年の週 wk_idnt の数値。
[月 (期間)]	月 (期間) の一意の数値。
[半期]	半期の一意の数値。
[四半期]	四半期の一意の数値。
[シーズン]	シーズンの一意の識別子。
[指定日までの シーズン (日)]	特定のシーズン内の指定日までの日をすべて含みます。
[指定日までの シーズン (週)]	特定のシーズン内の指定週までの週をすべて含みます。
[週]	週の一意の数値。
[平日]	週の日を名前で識別します。
[年]	年の一意の数値。

時間 (日) 属性

この階層には、時間 (日) の情報が含まれます。現在は使用できません。この属性ではドリルできません。次の表は、時間階層に含まれる属性とその説明の一覧です。

属性	説明
[半時間]	hour_idnt の後に 1 または 2 を続けて構成される識別子で、その時間の半分を示します。
[時間]	時間の識別子 (0 ~ 23)。
[分]	hour_idnt の後に 1 ~ 60 の数字を続けて構成される識別子で、その時間の分を示します。
[1/4 時間]	hour_idnt の後に 1、2、3 または 4 を続けて構成される識別子で、その時間の 1/4 時間を示します。

時間フィルタ

RDW では、[時間階層] に [時間] フォルダのフィルタが含まれます。これらのフィルタはモジュール dyndt.pc で管理 (定期的に更新) されます。

時間フィルタを変更または追加する場合は、モジュール dyndt.pc に対応する変更を加える必要があります。モジュール dyndt.pc を変更しない場合、追加または変更したフィルタは更新されません。

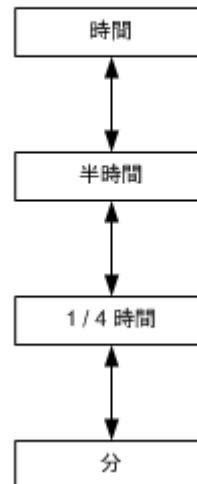
時間（日）

この階層には、時間（日）の情報が含まれます。

階層構造

この図は、時間（日）階層の構造を示しています。

時間（日）階層



時間（日）階層の構造

取引情報

この階層には、取引タイプの情報が含まれます。

階層構造

取引情報階層には、複数の要素を含む属性が 1 つしかないため、下位の階層はありません。

属性

次の属性が、取引情報階層に含まれます。

- **【取引タイプ】**: 取引が売上または返品のいずれであったかを識別します。

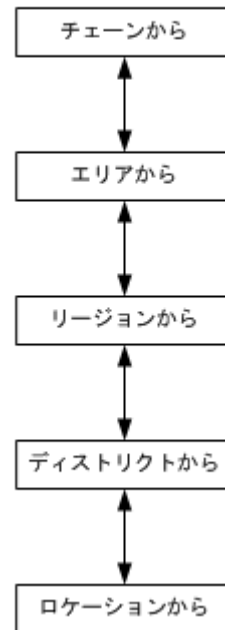
組織からの振替

この階層には、組織の異なるレベルからの振替に関する情報が含まれます。

階層構造

この図は、組織からの振替階層の構造を示しています。

組織からの振替階層



組織からの振替階層の構造

ドリル

ドリルは、データを詳細なものから全体的なものまで、さまざまな粒度で表示するための機能です。この機能によって、データを異なるレベルでスライスアンドダイスすることができます。ドリルマップは Desktop に設定され、ドリルする際の種々のオプションを提供します。さらに、さまざまなビジネスケースに基づいて、階層内のパターンを追跡することもできます。ドリルによって、時間や製品間の異なるレベルで情報を調査または追跡することができます。

ドリルダウン

ドリルダウンすると、より詳細な情報を参照できる下位レベルの属性を表示することができます。たとえば、カテゴリからアイテムにドリルダウンすると、選択したカテゴリに属するアイテムが表示されます。

ドリルアップ

ドリルアップすると、より全体的な情報を参照できる上位レベルの属性を表示することができます。たとえば、ロケーションからリージョンにドリルアップすると、どの店舗が特定のリージョンに属するかを参照することができます。

他の方向へのドリル

他の方向へドリルすると、他の関連する属性でデータを表示することができます。たとえば、デパートメント別に編成されたレポート内で他の方向へドリルすると、時間階層の週または別の属性でデータを表示することができます。

第 4 章 レポート領域

RDW には、さまざまな種類のレポートが用意されています。各レポートにより、ビジネスの成果に結びつくさまざまなデータの操作および分析が行えます。

売上および利益

概要

売上および利益の測定単位は、あらゆる小売ビジネスの基本的な測定単位です。売上または総売上は、小売業者が消費者から得た販売総額です。返品は売上の一部で、払い戻しを受けるため店舗に返品されます。分析または計画用に正確な総売上高を把握するには、返品を考慮する必要があります。

さらに、小売業者は売上タイプに応じて売上を追跡する必要があります。

売価タイプ

売価タイプは、売上または返品取引に含まれる商品タイプを示します。次の売価タイプがあります。

売上タイプ	売価タイプ
通常	1
特売	2
クリアランス	3

次のレポートは、売価タイプ別の売上高および合計売上高に対する各売上タイプの貢献度比率を示しています。

メトリック	売上高	通常 売上高	売上高に 対する 通常の 貢献度 比率	特売 売上高	特売 売上高の 貢献度 比率	クリア ランスの 売上高	売上高に 対する クリア ランスの 貢献度 比率
組織							
Minneapolis 14101	52,163	34,364	65.88%	13,016	24.95%	4,784	9.17%

売価タイプ別の売上高および貢献度比率

売上と利益ファクトおよび基準測定単位

次の表は、売上および利益のファクトと基準測定単位を示しています。

ファクト	測定単位
F_SLS_AMT	総売上高
F_RTRN_AMT	返品高
F_SLS_QTY	売上単位
F_RTRN_QTY	返品単位
F_SLS_PRFT_AMT	利益（粗利益）
F_RTRN_PRFT_AMT	返品による利益減

これらの測定単位は、次の表のように純売上および返品の計算に使用されます。

メトリック	計算
売上高	$\text{Sum}(\text{F_SLS_AMT}) - \text{Sum}(\text{F_RTRN_AMT})$
売上単位	$\text{Sum}(\text{F_SLS_QTY}) - \text{Sum}(\text{F_RTRN_QTY})$
利益	$\text{Sum}(\text{F_SLS_PRFT_AMT}) - \text{Sum}(\text{F_RTRN_PRFT_AMT})$

次のレポートは、ロケーションの売上、返品高、および利益を示しています。

メトリック	売上単位	売上高	返品単位	返品高	返品単位の比率	返品額の比率	利益率	返品による利益減
組織 (ロケーション)								
合計	18,161	79,557	300	825	1.65%	1.04%	26.35%	619
Minneapolis 14101	18,161	79,557	300	825	1.65%	1.04%	26.35%	619

ロケーション別売上および利益

変動レポート

基準売上および利益メトリックの変換により、さまざまな指定日までの変動レポートを実行できます。次に、売上および利益測定単位の変換の一覧を示します。

指定日

指定日までの週 (WTD)

指定日までの月 (MTD)

指定日までのシーズン (STD)

指定日までの年 (YTD)

前年の対応する変換により、次のレポートのように本年と前年間の変動を計算することができます。

メトリック	売上高	売上高 (前年)	売上高の 前年比 変更率	売上高 (PTD)	売上高 (PTD、 前年)	売上高の 前年比 変更率 (PTD)	売上高 (STD)	売上高 (STD、 前年)	売上高の 前年比 変更率 (STD)	売上高 (YTD)	売上高 (YTD、 前年)	売上高の 前年比 変更率 (YTD)
組織 (チェーン)												
RDW チェーン 1 1004	275,587	253,682	8.63%	275,587	253,682	8.63%	NA	1,481,714	(100.0%)	806,179	740,857	8.82%

本年と前年間の変動

このレポートでは、本年と前年の売上高、および本年と前年間の各指定日の計測単位の変動が計算されています。

追加の変換をすると、現在の週とその前の週 (先週) 間の変動レポートを作成することができます。

貢献度レポート

組織および製品階層のエンティティの貢献度を評価することは、あらゆる小売ビジネスで重要です。たとえば、リージョナルマネージャは、あるリージョン内での各売上ロケーションの相対貢献度を参照する場合があります。同様に、カテゴリマネージャは、あるカテゴリ内での各アイテムの貢献度額を参照する場合があります。

RDW には、このタイプのレポートを作成するためのメトリックが数多く含まれています。

次のレポートは、あるリージョン内でのロケーションの売上および利益貢献度を示しています。

メトリック		売上高	リージョン に対する 売上高の 貢献度比率	利益	リージョン に対する 利益の 貢献度比率
リージョン	ロケーション				
合計		530,593	NA	124,867	NA
RDW Midwest 41 1015	合計	358,129	NA	85,606	NA
RDW Midwest 41 1015	Minneapolis 14101	127,796	35.68%	30,364	35.47%
RDW Midwest 41 1015	St. Paul 14102	132,791	37.08%	30,684	35.84%
RDW Midwest 41 1015	Green Bay 20003	97,543	27.24%	24,557	28.69%
RDW Northeast 42 1016	合計	172,463	NA	39,261	NA
RDW Northeast 42 1016	Rochester 14202	122,939	71.28%	24,812	63.20%
RDW Northeast 42 1016	Hartford 14207	49,524	28.72%	14,449	36.80%

リージョンに対するロケーションの売上貢献度

計画測定単位

RDW は売上および利益計画を含め、複数のレポート領域の現在およびオリジナル計画のファクトを保持します。これらのファクトを入力するには、Retek TopPlan か、現在またはオリジナル計画データを提供する別の計画アプリケーションが必要です。売上および利益計画の測定単位により、実績売上および利益データを、指定日までの月、指定日までのシーズン、指定日までの年、および前年ベースの計画売上高と比較することができます。

次のレポートは、実績売上高、現行計画の売上高、および計画に対する実績売上の貢献度を示しています。

メトリック		売上高	CP 売上高	CP 売上高 に対する 純売上高の 貢献度比率
組織 (ロケーション)				
Minneapolis	14101	376,849	1,797,596	20.96%

売上および現行計画売上高

予測売上

予測売上ファクトは RMS のインターフェイスを通して毎日取得されます（予測は RDF が行います）。予測売上測定単位は、予測売上に対する組織または製品属性の貢献度の計算に使用されます。

売上予測額は、売上予測高に対する売上高の貢献度の計算に使用されます。

売上高/予測売上高

次のレポートは、予測売上に対するリージョン別の貢献度を示しています。

メトリック		売上高	予測 売上高	予測売上高 に対する 売上高の 貢献度比率
組織 (ロケーション)				
合計		1,534,036	11,454,080	NA
SS US East	1015	1,094,416	8,395,027	13.04%
SS Canada East	1016	439,620	3,059,054	14.37%

予測売上に対するリージョン別の売上貢献度

レポートの構成

売上

売上および利益のレポートは、次のフォルダにあります。

- [カテゴリスコアカード]
- [チャネル分析]
- [構成店舗分析]
- [パック売上分析]
- [特売の効果]
- [取引先の業績]
- [最上位および最下位の業績]
- [動向分析]
- [ロケーション特性分析]

注: レポートには次の機能領域に関連する売上測定が含まれます。

- 市場データ
- 競合他社の価格
- 割り当て領域

レポートのレベル

売上および利益データは、アイテム、ロケーション、売価タイプ、取引タイプ、および日レベルで保持されます。

階層

売上レポートでは、次の階層を使用できます。

- [時間暦]
- [時間 (日)]
- [組織]
- [製品]
- [取引先情報]
- [売価タイプ情報]
- [取引情報]
- [競合他社]
- [市場組織]
- [市場製品]
- [通貨コード]

パック売上

概要

売上可能パックは、1 つのアイテムとして販売するよう小売業者がまとめた個々のアイテムのグループです。パックの例としては、シャンプー 1 本とコンディショナー 1 本のセットを挙げることができます。どちらも個々のアイテムですが、パッケージ化されて固有のパックアイテムとして販売されます。パック売上ファクトは Retek Sales Audit (ReSA) のインターフェイスを通して毎日取得されます。パック売上分析により、小売業者はパック売上を分析してパックの効果を評価することができます。その評価には、アイテムを個別に販売したとき、アイテムをパック販売したとき、あるアイテムを特定のパックに含めて販売したときの売上などがあります。さらに、あるアイテムの売上と、特定のパックにそのアイテムを含めて販売するときの売上とを比較することもできます。パック売上のレポートは、パックの売上高をそのコンポーネントアイテムに配分する RDW の ETL 処理によって簡単に作成することができます（この項の後にある「配分計算の例」を参照）。パック売上は売上と同じように設計されており、通常、クリアランス、および特売の売価タイプで使用できます。

ファクトおよび基準測定

RDW はパックの売上データを売価タイプ別に保持します。売上高は返品に含まれます。パック売上高は次のように計算されます。

パック売上額の合計 - パック返品額の合計

次のレポートは、売価タイプ別のパック売上を示しています。

メトリック	パック 売上高	定番パック 売上高	定番パック 売上比率	クリアランスの パック 売上高	クリアランス パック売上 比率	特売 パック 売上高	特売 パック売上 比率
製品 (部門)							
乾物 6001	404,364	199,569	49.35%	31,965	7.91%	172,810	42.74%

売価タイプ別パック売上貢献度

変動レポート

前年の変換および指定日までの週、指定日までの月、指定日までのシーズン、指定日までの年および前年の対応する期間により、時間、組織、および製品に基づいた変動レポートを作成することができます。次のレポートは、指定日までの月と指定日までの年の売上高およびそれらの前年に対応する売上高を示しています。

メトリック	パック 売上高	パック 売上高 (前年)	パック 売上高 前年比率	パック 売上高 (MTD)	パック 売上高 (MTD、 前年)	パック 売上高 の前年 MTD 比 変更率	パック 売上高 (YTD)	パック 売上高 (YTD、 前年)	パック 売上高の 前年 YTD 比変更率
組織 (チェーンマネージャ)									
James Seabass	173,493	242,573	(26.48%)	173,493	242,573	(26.48%)	173,493	242,573	(26.48%)
Linda Mack	171,134	161,791	5.78%	171,134	161,791	5.78%	171,134	161,791	5.78%

パック売上 MTD、YTD と前年の比較

パック売上に対するアイテムの平均貢献度

RDW メトリックにより、パックに含まれる各アイテムの平均金額貢献度を計算します。売上高および利益の両方が計算されます。次のレポートは、パックに含まれるアイテムの平均金額および利益の貢献度を示しています。

	パック 売上高	パック 売上単位	パック売上高に 対する構成アイテム の平均貢献度
パックアイテム 100342260			
自社ブランドパスタ X	73,030	10,544	7
X ブランドパスタ: Mac n Cheese L 型	151,983	24,899	6

パック売上に対するコンポーネントアイテムの平均貢献度

レポートの構成

レポートは階層構造になっています。組織、時間、および製品階層内をドリルすることができます。さらに、レポートにより製品階層の属性であるパックタイプをドリルすることができます。分析領域によっては、上記のドリル機能を使用できない場合がありますので注意してください。

[パック売上] フォルダに含まれる一般的なレポートタイプには、次の 3 つがあります。

- パック売上 - タイプ別詳細

これらのレポートは、組織、時間、および製品別にパック売上実績を評価できるよう、クリアランス、特売、および通常売上タイプ別のパック売上情報を表示します。

- パック売上 - 指定日累計

これらのレポートは、指定日までのパック売上と変動情報を組織、時間、および製品別に表示します。

- パック売上 - 貢献度

これらのレポートは、アイテム売上、貢献度、およびパック売上情報を、個々のアイテムとそのアイテムが含まれるパックに基づいて表示します。

レポートのレベル

パック売上データは、パック、コンポーネントアイテム、ロケーション、売価タイプ、取引タイプ、および日レベルで保持されます。

パック売上データは、次の表またはビューで利用可能です。

- SLS_PACK_ITEM_LD_DM

階層

パック売上レポートでは、次の階層を使用できます。

- [時間暦]
- [製品]
- [取引先情報]
- [組織]
- [売価タイプ情報]
- [取引情報]

測定

パック売上メトリックにより、次のビジネスプロセスまたは作用に基づく機能およびデータ分析が行われます。

- 時間変換: 本年と前年の比較および日と週レベルでの変動情報
- 指定日までの年、指定日までのシーズン、および指定日までの月（期間）のパック売上情報
- 通常、クリアランス、および特売タイプ別のパック売上およびパック利益データ
- 売価タイプ別の合計パック売上およびパック利益に対する貢献度
- パックレベルでの合計パック売上およびパック利益に対する貢献度
- コンポーネントアイテムと比較した際のパックに基づくアイテム売上の貢献度情報

パックの配分

パックのコンポーネントアイテムを配分するには、計算が必要です。次にパックの配分を使用される式を示します。

アイテム配分値 = パック売上高 * アイテム配分率

アイテム配分率 = (アイテム価格 * パックアイテム数量) / パックコンポーネントの売上高

パックコンポーネントの売上高 = (アイテム A の価格 * アイテム A の数量) + (アイテム B の価格 * アイテム B の数量) + (アイテム C の価格 * アイテム C の数量) + (アイテム n の価格 * アイテム n の数量)

配分計算の例

情報

- 1 パック A には次のアイテムが含まれます。
 - アイテム A
 - アイテム B
 - アイテム C
- 2 パック A に含まれる各アイテムの数量は次のとおりです。
 - アイテム A = 2
 - アイテム B = 1
 - アイテム C = 1
- 3 金額は次のとおりです。
 - パック A = \$9
 - アイテム A = \$4
 - アイテム B = \$2
 - アイテム C = \$1

計算手順

手順 1 (パート 1) – パックコンポーネントの売上高

アイテム A の価格 * パック A に含まれるアイテム A の数量

$$4 * 2 = 8$$

アイテム B の価格 * パック B に含まれるアイテム B の数量

$$2 * 1 = 2$$

アイテム C の価格 * パック C に含まれるアイテム C の数量

$$1 * 1 = 1$$

手順 1 (パート 2) – パックコンポーネントの売上高

$$8 + 2 + 1 = 11$$

手順 2 – アイテム配分率

$$8/11 = .7273$$

$$2/11 = .1818$$

$$1/11 = .0909$$

手順 4 – アイテム配分値

$$9 * .7273 = \$6.54 = \text{アイテム A の配分値}$$

$$9 * .1818 = \$1.64 = \text{アイテム B の配分値}$$

$$9 * .0909 = \$0.82 = \text{アイテム C の配分値}$$

値下げ

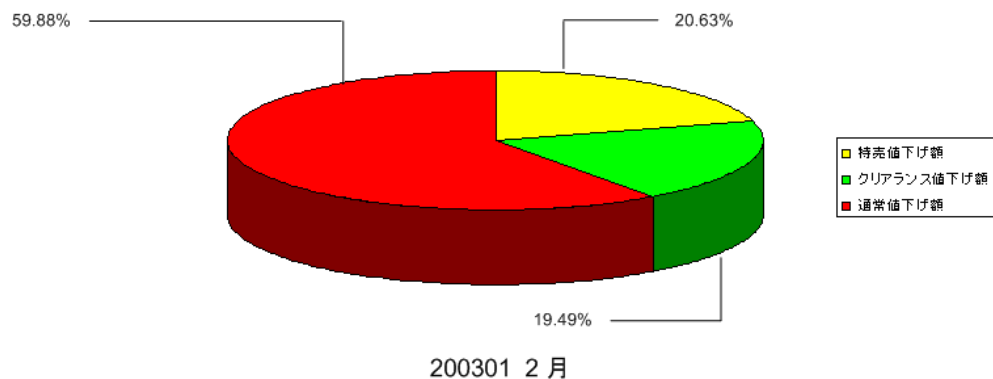
概要

値下げとは、アイテムまたはアイテムのグループの小売価格を下げることをいいます。値下げは、そのままでは売れにくい商品の売上を増加させるために行います。商品の値下げは、特定のサイズや色のアイテムの在庫過多や、仕入れ時のミスなど、さまざまな理由で実施されます。

値下げタイプ

値下げ高は、RDW の単一のファクトフィールド (F_MKDN_AMT) に保持されます。値下げは、RDW で売価タイプ別に追跡されます。売上および利益の測定の場合と同様、取引には、売上が通常商品、特売商品、またはクリアランス商品のいずれのものであるかを示すインジケータが添付されます。

次のグラフレポートは、ある特定の期間の売価タイプ別値下げ高を示しています。



値下げの変動

RDW では、月ごとの値下げデータ、売上、指定日までの年の値下げ、および対応する前年の測定値の表示に必要な変換が用意されています。これらの変換により、値下げ高を月、シーズン、および年ごとに追跡したり、前年からの値下げの変動を計算したりすることができます。

次のレポートは、売上高と値下げ高、および前年からの変動を示しています。

		売上高	売上高の 前年比 変更率	値下げ高	値下げ高の 前年比 変更率
保存食 1003					
	Minneapolis 14101	127,796	28.95%	18,439	35.03%

値下げの変動

計画値下げ

RDW では、現行計画の値下げデータおよびオリジナル計画の値下げデータが保存されます。これらの測定値を使用すると、実際の値下げと計画されていた値下げとを比較できます。

店舗内の値下げ

RDW では、店舗内の値下げが個別のファクトフィールド (F_IS_MKDN_AMT) に保持されます。

店舗内の値下げは売価タイプ別に保持されます。カンパニーの値下げの場合と同様、変動レポートには変換が用意されています。

レポートの構成

RDW には次の [値下げ] レポートがあります。

- [値下げスコアカード]

階層

[値下げ] レポートでは、次の階層を使用できます。

- [時間暦]
- [製品]
- [組織]
- [売価タイプ]

測定

値下げ率

値下げ率は、値下げ高を〔純売上高〕に対する比率で測定したものです。

$$\text{値下げ高} / \text{純売上高} = \text{値下げ率}$$

次のレポートは、純売上高、値下げ高、および純売上高に対する値下げ高の比率を示しています。

メトリック		純売上高	値下げ高	値下げ率
ロケーション				
Minneapolis	14101	126,429	18,439	14.58%

値下げ率

値下げ貢献度レポート

RDW には、カンパニー全体の値下げ合計に対する特定の値下げの貢献度比率を計算するのに必要なメトリックが用意されています。〔製品〕 および 〔組織〕 階層のすべての属性、または 〔時間暦〕 階層にあるすべての時間属性に対して、カンパニー規模の値下げに対する貢献度を示すレポートを作成できます。

次のレポートは、カンパニーの値下げ合計に対するロケーションの貢献度を示しています。貢献度比率は次のように計算されます。

$$\text{値下げ高} / \text{値下げ高 (カンパニー)}$$

メトリック		値下げ高	値下げ高 (カンパニー)	カンパニーに 対する値下げ額の 貢献度比率
組織 (ロケーション)				
Minneapolis	14101	18,439	45,442	40.58%

値下げの貢献度

構成店舗分析

概要

[構成店舗] 機能では、売上および利益の増加が測定されます。この測定では、新しい店舗が除かれます。新しい店舗の売上および利益は、それらの店舗が本年の比較期間の開始までに 53 週間以上オープンしていない限り、同一の店舗の比較には反映されません。さらに、これらの店舗は、本年の比較期間の終了時点でまだオープンしている必要があります。比較期間は、月、四半期、年の中から選択できます。

構成店舗の比較は、現在のところ連続した 2 年または 2 か月の期間だけで行えます。開始日がトランザクションシステムに記録されていない店舗は、これらの比較に含まれません。各店舗に開始日を記録する必要があります。また、店舗がクローズした場合は終了日も記録する必要があります。構成ロケーションおよび非構成ロケーションの区別も、売上および利益を正確に計算するために重要です。構成店舗の機能を使用すると、構成店舗および非構成店舗の両方を使用して売上および利益の合計を取得できます。

レポートの構成

構成店舗のレポートは、[構成店舗分析] フォルダにあります。

階層

構成店舗分析のレポートでは、次の階層を使用できます。

- [時間暦]
- [組織]
- [製品]
- [売価タイプ情報]
- [取引タイプ]
- [競合他社]

測定

構成店舗とは、少なくとも 53 週間オープンしており、現在もオープンしている店舗です。

選択した期間（月、四半期、年）の開始日と終了日、およびロケーションの開始日と終了日が、ロケーションの比較ステータスの決定に使用されます。

次の表は、計算で使用されるシステムメトリックを示しています。

メトリック	説明
期間開始日	選択した月、四半期、または年の最初の日（MIN(カレンダー日)）。たとえば、2000 年を期間として選択した場合、開始日は選択した期間の最初の日である 2000001 になります。
期間終了日	選択した期間の最後の日（MAX (カレンダー日)）。
開店日	店舗がオープンした日付（org_loc_dm 表での日付）。
閉店日	店舗がクローズした日付（org_loc_dm 表での日付）。店舗がまだオープンしている場合、カラムに値は含まれません。

これらのメトリックは、次の 2 つの追加のメトリックで使用されます。これらの追加のメトリックにより、店舗のオープン期間、および期間終了日まで店舗がオープンしていたかどうかが特定されます。

期間開始日 — 店舗開始日

この計算の結果が 371 日（53 週間）以上である場合、その店舗は条件を満たす期間オープンしているので構成店舗に含まれます（つまり、該当する期間の開始日に先立つ 52 週間以内に店舗は開店しなかったことになります）。

閉店日 — 期間終了日

この計算の結果が 0 より上である場合、その店舗は期間終了日までオープンしていたことになります。ORG_LOC_DM の LOC_END_DT で店舗の値が NULL（空白）の場合は、値を常に 0 より大きくするために、期間終了日に 1 が追加されます。

ロケーションが構成店舗に含まれるには、上記の両方の条件を満たしている必要があります。53 週間オープンしていない店舗、または選択した期間の間クローズしていた店舗は計算に含まれません。

市場データ

概要

市場データにより、小売業者は取り扱いアイテムの現在の市場状況を把握したり、未取り扱いアイテムの売上見込みを見積もったりすることができます。

市場データは市場分析で使われます。市場分析では、小売業者の業績を市場の一般的な業績と比較することができます。これにより、小売業者は市場の状態を調査して問題および商機を特定し、賢明な決定を行うことができます。

Retek Data Warehouse には、市場分析を行うのに必要な機能が用意されています。次が行えます。

- 自社と市場との売上および利益の比較
- 自社で最も売れ行きの悪いアイテムの把握
- 市場で最も良く売れているアイテムの把握

市場エリアとは、全体でリージョン市場エリア（RMA）を構成するロケーションの組み合わせを指します。市場エリアは、必ずしも「組織」階層のリージョンに対応しません。たとえば、New York と New Jersey は組織階層で同一のリージョンに含まれるかもしれませんが、異なる RMA に含まれる場合があります。

市場エリアには、3 つのレベルまたは「地理区分」があります。各レベルは RDW の属性となっています。

属性	説明
FDM CRMA*(レベル 1)	市場エリアのすべてのロケーション、および市場エリアにある他のすべての医薬品および量販小売店舗。
食料品 CRMA**(レベル 2)	市場エリアのすべてのロケーション、および市場エリアにある他のすべての食料品小売店舗。
RMA*** (レベル 3)	市場エリアのすべてのロケーション。

* 食料品、医薬品、および量販の競合リージョン市場エリア

** 競合リージョン市場エリア

*** リージョン市場エリア

市場データは、市場アイテムレベルおよび市場カテゴリレベルで週ごとに保持されます。

市場アイテムとは IRI アイテム識別子で、通常はアイテム識別子（追跡レベル）に対応する UPC バーコード（数値）を指します。マトリックス表は、市場カテゴリを実際のカテゴリにマッピングするために使用されます。

市場カテゴリとは、IRI カテゴリを指します。マトリックス表は、市場カテゴリを実際のカテゴリにマッピングするために使用されます。

表で示すように、各市場レベルにはロケーションが含まれます。マトリックス表は、各市場レベルでロケーションを市場にマッピングするために使用します。

売上市場表の「最終更新日」フィールドは、市場アイテムまたはカテゴリに関する市場情報の最終更新日付を示します。

市場売上

市場売上高および単位は、市場エリアの各属性（レベル）のカテゴリおよびアイテムレベルで保持されます。このデータ構造により、他のレベルに関して RMA 市場シェアを計算できます。

例:

[食料品 CRMA の RMA 高シェア率]

$(\text{市場売上高 (RMA)} / \text{市場売上高 (食料品 CRMA)})$

[FDM CRMA の RMA 高シェア率]

$(\text{市場売上高 (RMA)} / \text{市場売上高 (FDM CRMA)})$

前週、前月、および前年に対する変換を行うと、市場売上および単位での差や変動を計算できます。

次のレポートは、「市場組織 (RMA)」および市場カテゴリ別の市場売上高の測定データを示しています。このレポートでは、今週および前週の食料品 CRMA および RDM CRMA の RMA 高シェア率が示され、前週および前月からの市場シェアでの変動が計算されています。

	市場 売上高	食料品 CRMA に 対する RMA 高 シェア率	FDM CRMA に対する RMA 高 シェア率	市場 売上高 (前週)	市場 売上高の 前週比 変更率	市場 売上高 (期間)	市場 売上高 (前期)	市場 売上高の 前期比 変更率
説明 1007								
市場部門 1	1,479	33.09%	15.65%	1,446	2.29%	2,925	1,413	107.05%

市場組織およびカテゴリ別の売上貢献度

好機誤差分析

好機誤差では、各カテゴリの売上高を市場エリアにおける全カテゴリの総市場シェアレベルにまで引き上げるために必要な変動を計算します。

次のレポートは、カテゴリ別の市場シェア、および市場での各カテゴリの好機誤差を示しています。

	市場 売上高 (市場 カテゴリ、 RMA)	市場 売上高 (市場 カテゴリ、 FDM CRMA)	RMA 市場 売上高の 合計 (MO)	FDM CRMA 市場売上高 の合計 (MO)	部門 RMA から FDM CRMA までの市場 シェア	FDM CRMA 合計に 対する RMA 市場 シェア	部門 シェアの 変動	好機誤差
合計	NA	NA	70,669	599,676	NA	11.78%	NA	0
CA, RMA								
市場部門 1	1,446	9,450	17,667	149,919	15.30%	11.78%	(3.52%)	(332)
市場部門 3	3,512	16,475	17,667	149,919	21.31%	11.78%	(9.53%)	(1,570)
市場部門 5	10,476	54,165	17,667	149,919	19.34%	11.78%	(7.56%)	(4,092)
市場部門 8	2,234	69,829	17,667	149,919	3.20%	11.78%	8.58%	5,995

好機誤差分析

市場部門の好機誤差は、次のように計算されます。

	Retek 好機誤差計算	
A	RMA 市場売上高の合計 (MO)	\$17667.00
B	FDM CRMA 市場売上高の合計 (MO)	\$149919.00
C	(A / B) = FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア	11.78%
D	市場売上高 (市場カテゴリ、RMA)	\$2234.00
E	市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA)	\$69829.00
F	(D / E) = 部門 RMA から FDM CRMA までの市場シェア	3.20%
G	(D / E) - (A / B) = 部門シェアの変動	8.58%
I	好機誤差 = 部門シェアの変動 * 市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA)	5,995

リストされている市場アイテムおよびリストされていない市場アイテム

市場アイテムは、リストされているアイテムまたはリストされていないアイテムのいずれかに分類されます。

- リストされているアイテムとは、小売業者が取り扱っているアイテムです。市場データにより、小売業者は市場アイテムに対する自社の業績を比較し、製品群における市場アイテムの相対的な価値を評価することができます。
- リストされていないアイテムとは、小売業者が扱っていない市場アイテムを表します。リストされていないアイテムの市場データにより、小売業者は市場の商機を見分けることができます。

RDW では、市場データを使用して売上および収益性に基づくアイテムのランキングがレポートされます。このランキングにより、リストされているアイテムの除外候補と、リストされていないアイテムの登録候補を識別することができます。

リスト除外候補の識別

RDW のレポートでは、売上高および収益性に基づいて、下位 10 位および下位 10% のアイテムがリスト除外候補として示されます。

リスト登録候補の識別

RDW のレポートでは、小売業者が扱っていない市場のアイテムのうち上位 10 位および上位 10% がリスト登録候補として示されます。

レポートの構成

[市場データ] レポートは、次のフォルダにあります。

- [競合他社の価格設定]
- [特売の効果]
- [動向分析]

階層

[市場データ] レポートには、次の階層が含まれます。

- [市場製品]
- [市場組織]

測定

測定により、次のビジネスプロセスまたは作用に基づく機能およびデータ分析が行われます。

- 時間変換: 本年と前年の比較および週レベルでの変動情報。
- 市場組織階層の異なる階層レベルでの市場売上。

- 市場組織階層の階層レベル間での市場シェア測定。
- 本年と前年との間の市場シェア変動。

RDW および IRI 測定

Retek Data Warehouse では、この機能を実現するため、特に次のビジネス測定が用意されています。該当する部分には、対応する IRI 測定を記載しています。

IRI 測定	Retek の メトリック名	ファクトカラム	説明
加重平均 値下げ率	加重平均 値下げ率	F_MKT_AVG_WGT_ PRICE_REDT_PCT	このメトリックでは、アイテムを販売している全店舗での平均値下げ高に各小売での販売数を加重した値に基づく加重平均値下げ率を計算します。
ACV 加重平均 流通率	ACV 加重 平均流通率	F_MKT_AVG_ACV_W GT_DIST_PCT	このメトリックでは、全商品量（ACV）によって重みをつけて、製品を在庫している店舗の割合を計算します。
週間平均 アイテム (店舗別)	店舗販売に 対する平均 市場アイテム	F_MKT_AVG_STORE_ SELL_ITEM_QTY	このメトリックでは、製品を保持する各店舗で有効な選択した製品の異なる UPC の平均数を計算します。
宣伝/値下げ による合計単位 売上	市場イベント 売上単位	F_MKT_SLS_PRICE_C UT_QTY	このメトリックでは、宣伝、陳列、値下げをしたすべてのアイテムの合計単位売上を計算します。
宣伝/値下げ による合計金額 売上	市場イベント 売上高	F_MKT_SLS_PRICE_C UT_AMT	このメトリックでは、宣伝、陳列、値下げを行なったすべてのアイテムの合計売上金額を計算します。

IRI 測定	Retek の メトリック名	ファクトカラム	説明
正常単位	市場正常売 上単位	F_MKT_NORMAL_ QTY	このメトリックでは、陳 列、特売、または値下 げなどの影響がな かった場合に記録さ れたと思われる見積も り売上数量を計算し ます。
正常金額	市場正常 売上高	F_MKT_NORMAL_ AMT	このメトリックでは、陳 列、特売、または値下 げなどの影響がな かった場合に記録さ れたと思われる見積も り売上高を計算し ます。
宣伝による 合計単位売上	市場特売 売上単位	F_MKT_MAIN_AD_ QTY	このメトリックでは、宣 伝アイテムの合計単 位売上を計算します。
宣伝による 合計金額売上	市場特売 売上高	F_MKT_MAIN_AD_ AMT	このメトリックでは、宣 伝アイテムの合計売 上高を計算します。こ の量は、「市場主要広 告」とも呼ばれます。
\$MM ACV あたりの平均週 次金額売上 (売上率)	市場売上率	F_MKT_AVG_ MMACV_SLS_AMT	このメトリックでは、製 品の販売効率を物流 との関係で、全商品 金額 (ACV) に基 づいて計算します。
単位売上	市場売上単 位	F_MKT_SLS_QTY	このメトリックでは、市 場売上単位の合計数 量を計算します。
金額売上	市場売上高	F_MKT_SLS_AMT	このメトリックでは、合 計市場売上高を計算 します。

これらのビジネス測定は、純粋市場情報を表示するレポートや、市場と小売業者の情報の両方を同時に表示するレポートで使用できます。市場および小売業者の情報を同一のレポートに表示する場合は、小売業者が扱っている市場アイテムだけが含められます。小売業者が扱っている市場アイテムは、[リストアイテムの表示] と呼ばれるフラグで識別できます。[リストアイテムの表示] の値が “Y” である場合は小売業者が扱っているアイテムであることを表し、“N” の場合は小売業者が扱っていないアイテムであることを表します。レポートのフィルタでこのフラグを効果的に使用することで、小売業者が扱っていない市場アイテムを目的に応じて含めたり、除外したりすることができます。

これらの分析で使用する市場データは IRI から取り込まれ、週ごとに [市場カテゴリ] および [市場アイテム] レベルで使用できます。したがって、市場と小売業者の業績との比較はこれらのレベルで行う必要があります。また、市場カテゴリの売上は必ずしもそのカテゴリ内の全アイテムの合計売上と同じにはなりません。これは、小売業者が市場データのサブセットだけを取得することができるためです。たとえば、小売業者は自社が扱っているアイテムおよびカテゴリの市場売上だけを取得する場合があります。この場合、小売業者がカテゴリのアイテムすべてを扱っていないと、カテゴリの売上合計と、そのカテゴリの全アイテム売上合計との間に食い違いが生じます。

市場情報は市場エリアごとに使用することもできます。市場エリアは、特定の地理区分にある店舗グループとして定義されます。地理区分は、RMA (リージョン市場エリアにある小売業者の店舗)、食料品 CRMA (RMA の店舗およびそのリージョン市場エリアにある食料品小売業者の全店舗)、および FDM CRMA (食料品 CRMA の店舗と、そのリージョン市場エリアにある医薬品および量販小売業者の全店舗) で構成されます。したがって、New York の RMA 売上、Minneapolis の食料品 CRMA 売上、New Jersey の FDM CRMA 売上などを表示することができます。さらに、上位の地理区分タイプに対する市場エリアのシェアを表示することもできます。たとえば、New York の [食料品 CRMA] に対する New York の RMA のシェア率を表示できます。ただし、市場エリア全体の売上を [食料品 CRMA] および [FDM CRMA] のレベルで表示することはできませんが、これらのグループを構成する他の RMA の売上を表示することはできません。

[市場売上] 表の次のカラムにあるデータは百分率の値で表示されます。つまり 85% の場合、0.85 ではなく 85 と表示されます。したがって、これらのカラムに設定されたメトリックは、フロントエンドのインターフェイスで比率の形式となるよう 100 で割られています。この必要がない場合は、100 の除数をいつでも削除できます。

- F_MKT_AVG_ACV_WGT_DIST_PCT
- F_MKT_AVG_WGT_PRICE_REDT_PCT
- F_MKT_AVG_MMACV_SLS_AMT

価格

概要

商品の価格設定は、最大の利益を得る上で重要な役割を果たします。価格設定は、利益幅と競合他社の価格との間でバランスが取れている必要があります。さらに価格設定は、消費者が製品を購入するかどうかを決める大きな要因にもなります。一般的に、アイテムの価格は競合の状況、特売、および他の要因によって変化します。

平均小売価格および平均売価高

RDW では、価格をアイテム、日、ロケーションの売価高として保持します。分析用に、レポートで選択した期間中の平均価格が計算されます。

$$\text{Avg}(\text{F_UNIT_RTL_AMT}) = \text{平均小売価格}$$

[売上高] および [売上単位] を使用して、平均売価高が計算されます。

$$\text{売上高} / \text{売上単位} = \text{平均売価高}$$

平均売価高は、通常売上および特売売上に対して計算されるので、売価タイプごとに価格を分析できます。

$$\text{通常売上高} / \text{売上単位} = \text{平均通常売価高}$$

$$\text{特売売上高} / \text{特売売上単位} = \text{平均特売売価高}$$

変形メトリックにより、指定日までの週、指定日までの月、および指定日までの年の平均小売価格および平均売価高を計算することができます。

競合他社価格

RDW では、競合他社価格のデータを競合他社の店舗、アイテム、および日のレベルで保持します。このデータは、小売業者の価格設定と競合他社の価格設定の比較に使用されます。平均価格は、売価タイプごとに計算および保持されます。

測定単位	計算	売価タイプ
競合他社平均価格	$\text{Avg}(\text{F_CMPTR_UNIT_RTL_AMT})$	なし
競合他社平均特売価格	$\text{Avg}(\text{F_CMPTR_UNIT_RTL_AMT})$	特売
競合他社平均通常価格	$\text{Avg}(\text{F_CMPTR_UNIT_RTL_AMT})$	通常

価格分散

[価格分散] 測定では、小売業者の価格と競合他社の価格との間の金額および比率の差が計算されます。次の表は前述のメトリックの一覧です。

測定	計算
平均売上高の変動率 (競合他社価格と比較)	$((\text{売上高} / \text{売上単位}) - \text{競合他社平均価格}) / \text{競合他社平均価格}$
通常売上高の変動率 (競合他社通常価格と比較)	$((\text{平均売上高} / \text{平均売上単位}) - \text{競合他社平均通常価格}) / \text{競合他社平均通常価格}$
特売売上高の変動率 (競合他社特売価格と比較)	$((\text{特売売上高} / \text{特売売上単位}) - \text{競合他社平均特売価格}) / \text{競合他社平均特売価格}$
平均売上高と競合他社価格との差	$(\text{売上高} / \text{売上単位}) - \text{競合他社平均価格}$
通常売上高と競合他社通常価格との差	$(\text{通常売上高} / \text{通常売上単位}) - \text{競合他社平均通常価格}$
特売売上高と競合他社特売価格との差	$(\text{特売売上高} / \text{特売売上単位}) - \text{競合他社平均特売価格}$

割り当て領域

概要

食料品店やコンビニエンスストアの小売では、スペースの効果的な使用に関するレポート機能が必要です。1 日でアイテムに割り当てられた店舗でのスペースを記録しておく、小売業者はその情報に基づいてさらに効果的なスペース配分を行うことができます。

さらにスペースの測定値を記録すると、割り当てられたスペースの単位ごとの売上および収益性をレポートしたり、前期の記録と比較したりすることができます。

注: 『Retek® Data Warehouse 10.0 オペレーションガイド』では、割り当て領域データを RDW にロードするための 2 つのオプションが説明されています。

1 つ目は、クライアントがアイテムおよび部門レベルの割り当て領域データを直接ファクト表にロードする方法、2 つ目はアイテムレベルの割り当て領域ファクトをロードし、その後 RDW の集計バッチモジュールでそのデータを部門レベルに集計する方法です。

クライアントが前者の方法（アイテムおよび部門レベルへ直接ロードする）を使用する場合、アイテムレベルと部門レベルの割り当て領域ファクトの参照に関して注意が必要です。たとえば、部門 A と部門 B があり、クライアントが両方の割り当て領域データを有しているとします。部門 A の割り当て領域ファクトは、ソースシステムによりアイテムレベルで追跡されており、そのアイテムレベルのデータは直接 RDW にロードされています。しかし、部門 B の割り当て領域に関しては、ソースシステムによる部門レベルでの追跡のみが行われているとします。この場合、割り当て領域レポートをテンプレートの部門レベルだけで実行すると（フィルタ指定なし）、レポートには、部門 B のファクトのみが表示されます。これは、部門 A のアイテムに部門レベルで集計されたファクトがないためです。しかし、部門 B より下位のアイテムレベルを参照すると、部門 B には部門レベルより下位のファクトがないため、レポートにデータは表示されません。一方、割り当て領域レポートにテンプレートのアイテムだけを含める（フィルタ指定なし）場合、部門 A のファクトだけがレポートされます。これは、部門 A だけがアイテムレベルの割り当て領域データを含むためです。上記の状況を在庫ポジション（および RDW にあるほとんどのファクト）と比較してください。在庫ポジションでは、常時アイテムレベルでデータを使用でき、そのデータは上位のレベルで集計されます。

レポートの構成

割り当て領域レポートは、すべて「割り当て領域」フォルダにあります。割り当て領域には、次のレポートがあります。

- 「領域比較分析」
- 「領域利益分析 — 1 次」
- 「領域売上分析 — 1 次」

階層

割り当て領域では、次の階層を使用できます。

- 「時間暦」
- 「製品」
- 「組織」

測定

RDW では、割り当て領域レポート用に「線形」、「方形」、および「立方」の測定が行えます。使用する割り当て領域測定の単位（線形、方形、立方など）は、アイテムのタイプにより異なります。たとえば、婦人服などのファッションアイテムはラックに陳列されます。ラックには通常、線形の測定単位が使用されます。また、箱入りのシリアルなどの食料品アイテムは、棚に陳列されます。棚には通常、方形の測定単位が使用されます。果物などの他の食料品アイテムは、広いコンテナに陳列されます。このようなコンテナには、立方の測定単位が使用されます。

現地通貨

RDW では、金額を最優先通貨および現地通貨で保持します。これらのファクトが使用されるのは、RMS などのソースシステムが現地通貨および最優先通貨の両方でファクトを供給するときだけです。ソースシステムで現地通貨および最優先通貨が必要でない場合、すべてのファクトは最優先通貨で表されます。

現地通貨の金額のファクト名は、対応する最優先通貨のファクトの名前に LCL という文字を付けたものになります。たとえば、F_SLS_AMT というファクトの現地通貨でのファクトは、F_SLS_AMT_LCL になります。

現地通貨のファクトは、次のレポート領域以外のすべてのレポート領域で使用できません。

- [計画中]

現地通貨のファクトすべてには、ベースフォーミュラが存在します。現地通貨のメトリックは、限られた数だけがプロジェクトに含められます。ユーザーは、他のエリアで現地通貨のメトリックを作成する必要があります。また、ユーザーは既存のレポートに現地通貨のメトリックを追加するか、新しいレポートを作成する必要があります。

在庫

概要

RDW では、在庫は在庫状態、在庫変動、および在庫元帳で構成されています。

在庫状態

在庫状態とは、ある時点における在庫の数量および額を指します。在庫状態では、在庫にある単位、移動中の単位、および発注中の単位が考慮に入れます。

BOH および EOH の単位と額

[開始時手持ち在庫 (BOH)] および [終了時手持ち在庫 (EOH)] とは、指定した期間における開始時および終了時の手持ち在庫 (SOH) です。

例: ある [月] の BOH は、その月の開始時における数量および額 (状態) です。EOH は、終了時における先月からの在庫です。

単位

BOH および EOH 数量は、ファクトカラム (F_I_SOH_QTY) に保持されます。

- BOH の状態は、前週の状態に変換することで決定されます。
- EOH の状態は、期間の終了時の額となります。

原価高および売価高

BOH および EOH 在庫状態の額は、ファクトカラム (F_I_SOH_RTL_AMT) および (F_I_SOH_COST_AMT) に保持されます。

これらのファクトは、売価および原価での在庫ポジションの額を表します。

売価タイプごとの単位および原価

RDW では、EOH 売価高が売価タイプごとに保持されるので、在庫ポジションを売価タイプごとに評価できます。

EOH 通常売価高 = (F_I_SOH_RTL_AMT) 売価タイプ = 1

EOH 特売売価高 = (F_I_SOH_RTL_AMT) 売価タイプ = 2

EOH クリアランス売価高 = (F_I_SOH_RTL_AMT) 売価タイプ = 3

移動中の単位および額

これらの測定により、移動中の在庫の状態の単位数量および額が有効性分析レポートに記録されます。

単位

移動中の数量は、ファクトフィールド (F_I_IN_TRNST_QTY) に保持されます。

原価高および売価高

移動中の在庫の売価高および原価高は、(F_I_IN_TRNST_RTL_AMT) および (F_I_IN_TRNST_COST_AMT) ファクトフィールドに保持されます。

発注中の単位および額

発注中の数量および額は、現在発注中の在庫の数量および額を表す状態のファクトです。

単位

発注中の状態は、ファクトフィールド (F_I_ON_ORD_QTY) に保持されます。

原価高および売価高

発注中の単位の原価高および売価高は、(F_I_ON_ORD_RTL_AMT) および (F_I_ON_ORD_COST_AMT) に保持されます。

変換

在庫状態メトリックの次の変換により、本年の指定日までの測定および前年との在庫状態の比較が行えます。

- 指定日まで (MTD、STD、YTD)
- 前年 (MTD、STD、YTD)

在庫変動（受取および振替）

在庫変動は、状態に関するデータより、受取などの取引に関するデータと関係があります。目的の期間の受取の合計数を計算するため、すべての受取は月全体または週全体で合計されます。

在庫変動には受取、振替、ベンダー返品（RTV）、および在庫調整が含まれます。基本的な測定は、単位および評価です（原価および売価）。

受取

受取とは、仕入れて在庫に配置された単位です。RDW では、日および週レベルで、また売価高および原価高で仕入れた単位数を保持します。

受取は、日および週のアイテムレベルで、また日および週のサブクラス（セグメント）レベルで保持されます。

受取単位

受取は、ファクトフィールド（F_I_RCPTS_QTY）に保持されます。

受取高

受取高は、原価レベル（F_I_RCPTS_COST_AMT）および売価レベル（F_I_RCPTS_RTL_AMT）で保持されます。また、金額は現地通貨（F_I_RCPTS_COST_AMT LCL）および（F_I_RCPTS_RTL_AMT LCL）で保持されます。

計画額

受取の計画額は、オリジナルおよび現行計画で保持されます。計画額は、サブクラス、ロケーション、および週レベルで保持されます。

オリジナル計画

単位（F_PLN_ORIG_RCPTS_QTY）

額（F_PLN_ORIG_RCPTS_COST_AMT）、（F_PLN_ORIG_RCPTS_RTL_AMT）

現行計画

単位（F_PLN_CURR_RCPTS_QTY）

額（F_PLN_CURR_RCPTS_COST_AMT）、（F_PLN_CURR_RCPTS_RTL_AMT）

変換

受取高メトリックでは、本年および前年度の MTD、STD、および YTD を変換できます。これらのメトリックにより、指定日までの累計を表示したり、本年の額と前年の額を比較したりすることができます。

受取見積の値入率

次のように、売価および原価での受取高を使用して、受取の初回値入率を計算することもできます。

$$(\text{受取売価高} - \text{受取原価高}) / (\text{受取売価高})$$

ベンダー返品 (RTV)

RTV 単位とは、なんらかの理由でベンダーに返品された単位です。RDW では、RTV 単位の記録が保存され、RTV 単位の額が売価額および原価額で保存されます。

RTV のファクトは、アイテム、取引先、ロケーション、日レベルで保持されます。

RTV 単位

RTV 単位は、ファクトフィールド (F_I_RTV_QTY) に保持されます。

RTV 額

RTV 額は、売価額および原価額で、(F_I_RTV_COST_AMT) および (F_I_RTV_RTL_AMT) に保持されます。

また、額は現地通貨 (F_I_RTV_COST_AMT_LCL) および (F_I_RTV_RTL_AMT_LCL) で保持されます。

計画

RTV 計画のファクトは、オリジナル計画の単位 (F_PLN_CURR_RTV_QTY)、現行計画の単位 (F_PLN_ORIG_RTV_QTY)、売価高の単位 (F_PLN_CURR_RTV_QTY)、および (F_PLN_ORIG_RTV_RTL_AMT) に使用できます。これらのファクトにより、計画に対する実際の RTV データをレポートできます。

計画のファクトは、サブクラス、ロケーション、週レベルで保持されます。

振替

振替アイテムとは、カンパニー内のある場所から別の場所へと移動される在庫単位です。たとえば、倉庫からロケーションまたは店舗への移動、部門間での移動、または店舗から店舗への移動などがあります。

RDW では、振替単位および原価高と売価高が保持されます。

振替は、日および週レベルで、アイテムおよびロケーションごとに、およびサブクラスごとに保持されます。

振替単位

振替単位は、(F_I_TSF_QTY) ファクトフィールドに保持されます。

振替額

振替の額は、売価高 (F_I_TSF_RTL_AMT) および原価高 (F_I_TSF_COST_AMT) で保持されます。

在庫調整

在庫調整とは、在庫レベルに対する変更です。RDW では、在庫調整の単位および額が、アイテム、ロケーション、および日レベルで理由コードごとに保持されます。

RDW では、振替単位および原価高と売価高が、最優先通貨および現地通貨で保持されます。

振替は、アイテムおよびロケーションごとに日および週レベルで保持され、サブクラスごとに日および週レベルで保持されます。

調整単位

調整単位は、(F_I_ADJ_QTY) ファクトフィールドに保持されます。

調整額

在庫調整の額は、原価 (F_I_ADJ_RTL_AMT) および 売価 (F_I_ADJ_COST_AMT) で、最優先通貨で保持されます。

売切比率

売切とは、指定した期間に販売した単位数を、手持ちの単位の合計数に対する比率で表したものです。売切は、次のように計算されます。

$$(\text{売上単位} / (\text{EOH 単位} + \text{売上単位}))$$

次のレポートは、売切のメトリックおよびそのコンポーネントを示しています。

メトリック		売上 単位	EOH 単位	売切単位 の比率
取引先				
取引先	14 14	5,424	7,505	41.95%

売切比率

在庫元帳

概要

小売業者にとって、財務管理は重要です。在庫および商品処理の結果を記録し、分析する必要があります。[在庫元帳] 分析の情報は、RMS の在庫元帳から受け取ります。これにより、RDW で店舗、サブクラス、週レベルでの表示が可能になります。

在庫元帳のファクトはすべてサブクラスおよび週レベルで保持されます。したがって、在庫元帳をアイテムおよび日レベルでレポートすることはできません。サブクラスまたは週レベルより下位レベルのデータをレポートおよびドリルすると、在庫元帳のファクトに NULL 値が返されます。

RMS の在庫元帳では、13 期間カレンダーがサポートされていません。したがって、13 期間カレンダーを使用すると、在庫元帳の測定値と RDW の売上および在庫の測定値との間に食い違いが生じます。

在庫元帳の売上および在庫測定

粗利益率

粗利益率とは、売価高での合計売上に対する粗利益額の比率です。RDW では、売上のファクトが売価高および粗利益で保持されます。

測定	ファクト
在庫元帳の売上売価高	F_IVL_SLS_RTL_AMT
在庫元帳の粗利益高	F_IVL_GRS_PRFT_AMT

変換を行うと、前年の対応するメトリックを使用して、売価売上を MTD、STD、および YTD で取得することができます。

さらに、在庫元帳では、売価高での返品額 (F_IVL_RTRNS_RTL_AMT)、前年と指定日までのレポートで使用される対応する変換も保持されます。

平均在庫仕入れ高

平均在庫仕入れ高とは、ある複数週間における在庫原価の平均です。

粗利益投資収益 (GMROI)

GMROI では、在庫投資の相対的な効果を測定することができます。GMROI は、RDW の在庫元帳表にサブクラスおよび週レベルで保持されます。

受取

在庫元帳では、受取が原価高および売価高で保持されます。

測定	ファクト
受取売価高	F_IVL_RCPTS_RTL_AMT
受取原価高	F_IVL_RCPTS_COST_AMT

値下げ率

在庫元帳では、値下げ高がタイプ別に次のように保持されます。

測定	ファクト
在庫元帳のクリアランス値下げ高	F_IVL_CLRC_MKDN_AMT
在庫元帳の特売値下げ高	F_IVL_PRMTN_MKDN_AMT
在庫元帳の永久値下げ高	F_IVL_PERM_MKDN_AMT

付加的な在庫元帳測定およびファクト

在庫元帳には、次の測定およびファクトが含まれています。これらは、現在 RDW のレポートで使用されていませんが、クライアントが作成するカスタムレポートで使用できます。

測定	ファクト
在庫元帳の現金割引	F_IVL_CASH_DSCNT_AMT
在庫元帳の従業員割引高	F_IVL_EMPTY_DSCNT_AMT
在庫元帳の EOH 調整高	F_IVL_SOH_ADJ_RTL_AMT
在庫元帳の個数高	F_IVL_ACTL_STOCK_RTL_AMT
在庫元帳の輸送経費高	F_IVL_FRGHT_COST_AMT
在庫元帳の値下げキャンセル高	F_IVL_MKDN_CNCLLD_AMT
在庫元帳の値入高	F_IVL_MKUP_AMT
在庫元帳の値入キャンセル高	F_IVL_MKUP_CNCLLD_AMT
在庫元帳の RTV 売価額	F_IVL_RTV_RTL_AMT

測定	ファクト
在庫元帳の売上原価額	F_IVL_SLS_COST_AMT
在庫元帳のロス原価高	F_IVL_SHRK_COST_AMT
在庫元帳のロス売価高	F_IVL_SHRK_RTL_AMT
在庫元帳のワークルームでの作業経費高	F_IVL_WRKRM_COST_AMT

階層

[在庫元帳] では、次の階層を使用できます。

- [時間暦]
- [製品]
- [組織]

測定

在庫状態測定

在庫状態計画測定

計画中のデータは、在庫状態に対して現行計画およびオリジナル計画のレベルで保持されます。これにより、実際の在庫ポジションデータと計画したレベルとを比較することができます。

現在の在庫状態

EOH の数量および額により、次の例のように現在の在庫状態をレポートすることができます。

メトリック		EOH 売価高	EOH 通常 売価高	EOH 売価高に 対する 通常の 貢献度 比率	EOH 特売 価格	EOH 売価高に 対する 特売の 貢献度 比率	EOH クリア ランス 売価高	EOH 売価高に 対する クリアラ ンスの 貢献度 比率
組織 (ロケーション)								
合計		56,388	56,388	NA	NA	NA	NA	NA
Minneapolis	14101	56,388	56,388	100.00%	NA	0.00%	NA	0.00%

現在の在庫状態

このレポートは、EOH の状態の額を示し、この額を売価タイプ別に分けています。

前年からの BOH 売価高および EOH 売価高の変動

現在の額および前年への変換により、次の例のように在庫ポジションを前年の在庫ポジションと比較することができます。

		売上高	売上高 (前年)	売上高の 前年比 変更率	EOH 売価高	EOH 売価高 (前年)	EOH 売価高の 前年比 変更率
合計	合計	131,720	143,923	(8.48%)	74,214	64,621	14.85%
Minneapolis	14101						
	合計 合計	131,720	143,923	(8.48%)	74,214	64,621	14.85%
	乾物 6001	131,720	143,923	(8.48%)	74,214	64,621	14.85%

本年と前年の在庫ポジション

このレポートでは、本年の EOH 売価高と前年の EOH 売価高が比較され、前年 (LY) と本年 (TY) との差が計算されています。

製品および組織ごとの BOH 額および EOH 額への貢献度

在庫ポジションメトリックにより、BOH 額および EOH 額に対する製品の貢献度を計算することができます。

メトリック		売上高	カテゴリ に対する 売上高の 貢献度 比率	EOH 売価高	カテゴリ に対する EOH 売価高の 貢献度 比率	契約発注 原価高	カテゴリ に対する 契約発注 原価高の 貢献度 比率
セグメント							
合計		956,933	NA	628,669	NA	692	NA
ポテト	201	182,493	19.07%	186,080	29.60%	222	32.00%
コールドシリアル	201	217,334	22.71%	212,823	33.85%	160	23.08%
パスタ	202	531,861	55.58%	183,469	29.18%	205	29.58%
ホットシリアル	202	23,305	2.64%	46,298	7.36%	106	15.34%

BOH/EOH 額に対する製品の貢献度

実際のデータと計画データの差

在庫ポジション計画測定により、実際の在庫ポジションを現行計画データ (CP) およびオリジナル計画データ (OP) と比較することができます。

メトリック		EOH 売価高	CP EOP 売価高	EOH 売価高の CP 比 変動率	EOH 売価高 (前年)	EOH 売価高の 前年比 変更率
時間暦 (年)						
合計		74,214	94,465	(21.44%)	64,621	14.85%
2003		74,214	94,465	(21.44%)	64,621	14.85%

実際のデータと計画データの差

在庫測定

在庫回転

在庫回転とは、在庫の販売および入替の比率の測定です。

RDW では、在庫回転値が同一の期間での純売上高と在庫の平均額の比率として計算されます。

例: ある製品の月間売上が 2,000,000 で、同じ月の平均在庫額が 500,000 である場合、在庫回転数は $2,000,000 / 500,000$ になります。

RDW では、在庫回転数および在庫回転単位数量の両方が計算されます。

在庫回転数は、[純売上高] および [平均在庫額] を使用して次のように計算されます。

純売上高 / 平均在庫額

売上高

売上高については、既に説明してあります。[純売上高] の詳細については、この章の最初にある「売上および利益」の項を参照してください。

平均在庫売価高

平均在庫額は、次のように計算されます。

$(([\text{BOH 売価高}] + [\text{EOH 売価高 (合計)}]) / ([\text{在庫の週数}] + 1))$

[EOH 売価高 (合計)] は終了時の額ではなく、期間内のすべての額の合計です。

在庫回転単位

同様に、在庫回転単位は単位数を含むフィールドを使用して計算されます。

$(\text{純売上単位} / (([\text{BOH 単位}] + \text{EOH 単位 (合計)}) / ([\text{在庫の週数}] + 1)))$

計画

RDW では、現行計画の在庫回転を計算するのに十分な計画中のデータが保持されます。これにより、計画したレベルと実際の在庫回転とを比較することができます。

変換

RDW では、在庫回転の計算に必要な前年のファクトが保持されるので、在庫回転数を前年と比較することができます。

次のレポートでは、以下の情報が表示されています。

- 今月および前年の同月の在庫回転数、および前年と本年との差。
- 現行計画の在庫回転、および計画測定と実際の在庫回転との差。

		在庫 回転値	在庫 回転値 (前年)	在庫 回転数の 前年比 変更率	CP 在庫 回転数	在庫 回転数の CP 比 変動率
乾物 6001	箱入り食品 101					
	ポテト 201	1.10	0.96	15.08%	0.0337	3163.62%

在庫回転の変換

粗利益投資収益 (GMROI)

GMROI とは、在庫投資に対する見返りの比率です。GMROI により、粗利益に対する在庫投資の効果が測定されます。

RDW では、GMROI は次のように計算されます。

(粗利益額 / 平均在庫仕入れ高)

粗利益額

[粗利益額] は、[利益] から [返品による利益減] を引いたものです。[粗利益] に関する追加情報については、「売上および利益」の項を参照してください。

平均在庫仕入れ高

原価での平均在庫額は、次のように計算されます。

((BOH 原価高 + EOH 原価高 (合計)) / (在庫の週数 + 1))

[EOH 原価高 (合計)] は終了時の状態ではなく、期間内のすべての額の合計です。

変換

GMROI の計算に必要なコンポーネントは、すべて前年への変換が行えます。

(粗利益額 (前年) / 平均在庫仕入れ高 (前年))

次のサンプルレポートは本年、前年、および現行計画の GMROI を示しています。

	期間 週	期間 1 200301 週 1 200301
メトリック		
粗利益額		67,382
粗利益額 (前年)		52,231
GMROI		0.62
CP GMROI		0.04
GMROI (前年)		0.71

週ごとの GMROI と計画および前年との関係

引当済在庫率

[引当済在庫率] は、手持ち在庫と売上の関係を示す指標です。RDW では、引当済在庫率は次のように計算されます。

$$(\text{BOH 売価高} / \text{売上高})$$

引当済在庫率のコンポーネントメトリックを変換すると、前年の引当済在庫率を計算したり、本年と前年を比較したりすることができます。

在庫元帳売上測定

粗利益率

粗利益率は、次のファクトと式を使用して計算されます。

$$\text{在庫元帳の粗利益高} / \text{在庫元帳の売上売価高}$$

平均在庫仕入れ高

平均在庫仕入れ高は、状態を表す BOH 高を各週の EOH 高に足したものを、在庫が利用可能だった週数で割ることにより計算されます。

$$(\text{在庫元帳の BOH 売価高} + \text{在庫元帳の EOH 売価高 (合計)}) / (\text{在庫の週数} + 1)$$

粗利益投資収益 (GMROI)

GMROI は、次のように計算されます。

$$\text{在庫元帳の粗利益高} / \text{在庫元帳の平均在庫仕入れ高}$$

詳細については、「在庫」の項にある「粗利益投資収益 (GMROI)」を参照してください。

在庫回転

在庫回転は、在庫元帳の売価高を使用する次の式でも計算されます。

$$(\text{在庫元帳の売上売価高} / \text{在庫元帳の平均在庫売価高})$$

メトリック	在庫元帳 の売上 売価高	在庫元帳の 粗利益高	在庫元帳の 粗利益率	在庫元帳 の平均 在庫 売価高	在庫元帳 の在庫 回転 売価高	在庫元帳 の GMROI
製品 (カテゴリ)						
乾物 6001	3,232	2,523	78.05%	1,698	1.90	1.96

在庫回転

詳細については、この章の「在庫」の項にある「在庫回転」を参照してください。

値下げ率

合計値下げ高は、すべての値下げタイプを足すことにより計算されます。

(在庫元帳のクリアランス値下げ高 + 在庫元帳の特売値下げ高) + 在庫元帳の永久値下げ高) = 合計値下げ高

値下げ率は、売上売価高に対する比率として計算されます。

(在庫元帳の合計値下げ額 / 在庫元帳の売上売価高)

在庫変動測定

次のレポートでは、本年と前年の受取売価高および本年の計画データを使用して、本年と前年の受取の差、および計画した受取との差が計算されています。

製品	乾物 6001
メトリック	
受取売価高	1,325
CP 受取売価高	1,143,126
受取売価高 (前年)	1,408
受取高の CP 比変動率	(100%)
受取売価高の前年比変更率	(5.86%)

在庫変動

取引先の業績

概要

この機能では、主な業績データに基づく取引先の業績情報のレポートに重点が置かれています。これらのレポートにより、ユーザーは新規または既存の取引先の長所と短所、および一定期間におけるその業績を評価することができます。

[取引先の業績] レポートでは、取引先の売上および収益性を評価するのに必要な情報を得ることができます。このレポートにより、自社店舗のマーケティングおよび売上ニーズに適した最善の取引先と提携していることを確認できます。

このデータを収集することにより、RDW ユーザーは次のタイプの分析を行うことができます。

- 一定期間における取引先の業績の比較
- 主要取引先によるカテゴリ業績の比較
- 売上量および額に基づくカテゴリ業績の監視
- 市場ベンダーと取引先の業績の比較

主要取引先

小売業者、特にカテゴリマネージャは、主要取引先による比較売上および利益貢献度の情報を入手する必要があります。小売業者が取引先の業績を監視するには、収益率の高いアイテムとそうでないアイテムの取引先を識別したり、総カテゴリ業績に対する貢献度を測定したりする機能が必要です。さらに、さまざまなビジネス測定単位（たとえば、売上および収益性）により、取引先のカテゴリ業績を他のカテゴリおよび前年と比較する機能も必要です。

主要取引先のカテゴリ業績を比較対照する機能は非常に重要で、食料品店やコンビニエンスストア産業では不可欠です。

レポートの構成

RDW には、次の [取引先の業績] レポートが用意されています。

- [市場ベンダー分析]
- [主要取引先の貢献度]
- [主要取引先の売上 & 利益分析]
- [主要取引先の業績スコアカード]
- [主要取引先の売上分析 - (単位)]
- [主要取引先の在庫分析]
- [ベンダー製品サマリ]

階層

[取引先の業績] レポートでは、次の階層を使用できます。

- [時間暦]
- [製品]
- [組織]
- [取引先]
- [売価タイプ情報]
- [取引情報]

測定

取引先の業績には、次のタイプの測定があります。

- [売上および利益]
- [在庫ポジションおよび在庫変動]
- [分配コスト]

売上および利益

- 売上高および売上高の前年からの変動
- 売上単位および売上単位の前年からの変動
- 利益額および利益率の前年からの変動
- 部門の合計売上高に対する貢献度比率

在庫ポジションおよび在庫変動

- 売切
- 在庫回転
- 開始時手持ち在庫（BOH）および終了時手持ち在庫（EOH）の売価高
- 受取
- 粗利益投資収益（GMROI）

これらの計算の詳細については、このユーザーガイドの「在庫」の項を参照してください。

分配コスト

分配コスト測定は、取引先レベルで行われます。

分配コストは、RDW により RMS から抽出されたデータが入力されるバケットのセットです。RMS のデータは、取引先からのさまざまな割引を表す原価高で構成されています。これらの割引は、次で構成されます。

- [ディールパートナーとのディール]: アイテム用、または特定のロケーションのアイテム用があります。ディールパートナーは、取引先、卸売り業者、流通業者、およびメーカーなどです。ディール内で、複数のディールコンポーネントを作成し、そのディールコンポーネントにアイテムを指定し、しきい値を定義することができます。
- [取引先との固定ディール]: 自社は、取引先の特売中の製品を宣伝したり、棚の最も良い場所に製品を陳列したりすることにより、取引先から支払いを受け取ります。
- [取引先とのブラケット計算ディール]: 発注量に基づき、自社は発注に対する特定の取引価格を受け取ります。総量、容積、パレット、ケース、個々、または状態ケースなどに合わせて、さまざまなタイプのブラケットを設定できます。

RMS を使用していない場合、仕入時の割引を表すためにこれらのフィールドを使用することができます。

RDW メトリック	RDW ファクトフィールド
基準原価	F_SUPP_BASE_COST_AMT
総仕入れ原価	F_SUPP_NET_COST_AMT
純総仕入れ原価	F_SUPP_NET_NET_COST_AMT

デッドネットコスト

F_SUPP_NET_NET_COST_AMT

変動

前年および先月への変換が用意されており、先月および前年からの変動を計算することができます。

先月への変換は、すべての基本メトリックで行うことができ、今月の原価と先月の原価を比較することができます。

取引先	アイテム	メトリック	基準原価	基準原価 の前期比 変更率	総仕入れ 原価	総仕入れ 原価の 前期比 変更率	純総 仕入れ 原価	純総 仕入れ 原価の 前期比 変更率	デッド ネット コスト
取引先 1	1	自社ブランドインスタント マッシュポテト	100309700	優々	1.90	35.71%	1.90	35.71%	1.71
取引先 2	2	Pillsbury インスタント マッシュポテト: 喉付	100310090	優々	2.00	33.33%	2.00	33.33%	1.80
取引先 3	3	Pillsbury インスタント マッシュポテト: プレーン	100310170	優々	2.10	31.25%	2.10	31.25%	1.89
取引先 4	4	Betty Crocker ポテト: OG オンス: お徳用	100310760	優々	2.20	29.41%	2.20	32.25%	1.98
取引先 5	5	自社ブランドパスタ X	100311720	優々	2.50	25.00%	2.50	38.89%	2.50
取引先 6	6	Betty Crocker ポテト: OG オンス: レギュラー	100310840	優々	2.30	27.78%	2.19	34.89%	1.97
取引先 7	7	パッカアイテム 1- ポテト	100342180	優々	2.40	28.32%	2.40	40.35%	2.40
取引先 8	8	X ブランドパスタ: Mac n Cheese-L 型	100311990	優々	2.80	23.81%	2.80	45.88%	2.80
取引先 9	9	X ブランドパスタ: Mac n Cheese-濃縮	100312280	優々	2.70	22.73%	2.70	38.38%	2.70
取引先 10	10	Mac n Cheese-L 型	100312870	優々	2.80	21.74%	2.38	14.98%	2.14
取引先 11	11	Mac n Cheese-濃縮	100312950	優々	2.90	20.80%	2.81	14.47%	2.35
取引先 12	12	X ブランドシリアル: ブラン	100314040	優々	3.00	20.00%	2.70	20.00%	2.43
取引先 13	13	X ブランドシリアル: オート麦	100314120	優々	3.10	19.23%	2.79	7.31%	2.26
取引先 14	14	Kellogg シリアル: 1/2 10 オンス	100314550	優々	3.20	18.52%	2.72	0.74%	2.20
取引先 15	15	Kellogg シリアル 10 オンス: オート麦	100314830	優々	3.30	17.86%	2.97	6.07%	2.87
取引先 16	16	パッカアイテム 4	100342420	優々	3.40	17.24%	3.06	5.52%	2.75
取引先 17	17	自社ブランドホットシリアル 1	10031500	優々	3.50	16.67%	3.33	16.87%	2.99

今月の原価と先月の原価

総仕入れ原価および純総仕入れ原価も前年への変換を行うことができ、これらの額を前年と比較することができます。

取引先遵守度

概要

取引先遵守度は、小売業者が取引先を評価する上で重要です。これは、タイムリー性、配送精度などの主要な業績指標に基づいて取引先の業績を測定することにより調べることができます。RDW の取引先遵守度機能では、次のパラメータに基づく取引先評価が導入およびサポートされています。

- 1 [タイムリー性]
- 2 [配送精度]
- 3 [発注実行]
- 4 [品質測定]

取引先インボイス原価

取引先インボイス原価とは、ベンダーのインボイスに表示される実際の原価です（請求マッチングによる）。予定原価とは、ディールまたは割引の前に合意した原価です。これは、RMS または RDW システムに現在設定されている unit_cost です。取引先インボイス原価と予定原価との差異には、ディール、割引、書記ミス、または不正行為などの原因が考えられます。

取引先インボイス原価は、F_SUPP_INVC_COST_AMT に取引先/アイテム/ロケーション/日レベルで保持されます。取引先インボイス原価に関するレポートには、平均インボイス原価、およびラインアイテムの最小値と最大値が含まれます。

取引先の受取

RDW の取引先遵守度データマートにより、受取単位を取引先、アイテム、ロケーション、および日別にレポートすることができます。ファクトカラム

F_RECEIVED_QTY には、RMS 表 shipsku にある qty_received カラムの数量が入ります。次にサンプルレポートを示します。

取引先	アイテム	ロケーション	日	メトリック	受取単位
合計	合計				14,982
取引先 1	1	合計	合計	合計	876
	自社ブランドインスタントマッシュポテト	100309700	個々	合計	876
		Minneapolis	14101	合計	876
			日曜	2/23/02	98
			月曜	2/24/03	194
			日曜	3/2/03	114
			月曜	3/3/03	178
			木曜	4/3/03	130
			金曜	4/4/03	162

取引先の受取単位

取引先遵守度データマートには、原価または売上のデータは含まれないので注意が必要です。したがって、取引先遵守度データマートでは取引先ごとの売上または原価をレポートすることができません。取引先遵守度データマートでの数量を、在庫変動データマートの受取単位と混同しないように注意する必要があります。

レポートの構成

RDW には、次の取引先遵守度レポートが用意されています。

- [遵守度の低い業者の準拠性評価]
- [遵守度の低い業者の配送精度]
- [タイムリー性の低い業者]
- [配送精度詳細]
- [発注実行の詳細]
- [品質測定詳細]
- [取引先の受取]
- [取引先遵守度の比較 (TY vs LY)]
- [取引先遵守度スコアカード]
- [取引先インボイス原価]
- [取引先製品スコアカード]
- [取引先返品]
- [取引先返品トレンド]
- [タイムリー性詳細]
- [遵守度の高い業者の準拠性評価]
- [遵守度の高い業者の配送精度]
- [タイムリー性の高い業者]

階層

[取引先遵守度] レポートでは、次の階層を使用できます。

- [時間]
- [製品]
- [組織]
- [取引先]

測定

取引先遵守度の評価は、タイムリー性、配送精度、発注実行および品質測定の平均により計算されますが、小売業者のビジネス要件に基づいて変更することもできます。この計算は、フロントエンドで次のように行われます。

$$\text{取引先遵守度の評価} = (\text{タイムリー性} + \text{配送精度} + \text{発注実行} + \text{品質測定}) / 4$$

タイムリー性

タイムリー性では、スケジュールに従って配送する取引先の能力が測定されます。取引先遵守度システムで、早着、遅延、および時間どおりの各出荷が追跡されます。小売業者は、取引先のタイムリー性を日単位で測定することができます。

$$\text{タイムリー性} = \text{時間どおりの配送数} / (\text{時間どおりの配送数} + \text{早着配送数} + \text{遅延配送数})$$

たとえば、時間どおりの配送数が 75 で、合計配送数が 100 である場合、タイムリー性の評価は 75% になります。

計画どおりに届かなかった不明な配送は、指定した時間枠には到着しなかった配送として定義されます。したがって、遅延配送も不明な配送となります。タイムリー性測定は、その測定コンポーネントのうち 2 つが 2 回カウントされるとあまり意味がなくなるので、不明な配送はタイムリー性測定に含められません。不明な配送は、取引先、ロケーション、時間レベルで、別のメトリックとしてレポートすることができます。

配送精度

配送精度では、発注に対して正しいアイテムおよび数量を配送する取引先の能力が測定されます。この評価は、取引先の合計配送数と、数量またはアイテムが正しくなかった配送の数との比較により決定されます。

$$\text{配送精度} = \text{ターゲットどおりの配送数} / \text{合計配送数}$$

$$\text{合計配送数} = \text{ターゲットどおりの配送} + \text{ターゲット超過の配送} + \text{ターゲット不足の配送} + \text{不適切な配送}$$

不適切なアイテムが少なくとも 1 つ含まれている配送が、不適切な配送として定義されます。

たとえば、時間どおりの配送数が 75 で、合計配送数が 100 である場合、配送精度の評価は 75% になります。

発注実行

発注実行では、発注に対する発送を完全に実行する取引先の能力が測定されます。この評価は、完全に実行された発注の数と合計発注数との比率の計算により決定されます。

$$\text{発注精度} = \text{完全に受け取った発注の数} / \text{合計発注数}$$

$$\text{合計発注数} = \text{完全に受け取った発注} + \text{一部を受け取った発注} + \text{超過して受け取った発注}$$

たとえば、取引先の発注実行評価が 75% で、合計発注数が 4 である場合、完全でなかった配送の数は 1 になります。

品質測定

RDW では、品質管理上の問題により実施されなかった出荷のレポートがサポートされる予定であり、これによりベンダーの業績の品質測定を行うことができるようになります。品質管理検査に合格しなかったアイテムの数量を、受け取ったアイテムの数量と比較すると、受け取った出荷品の品質を知ることができます。ただし、すべてのアイテムに品質管理検査が行われるわけではありません。この測定は、品質管理検査が行われるアイテム（qc_ind = 'Y'）にのみ適用されます。

$$\text{品質測定} = 100 - \left(\frac{\text{不合格品質管理単位}}{\text{受け取った全品質管理単位}} \right)$$

測定値が 100 の場合、ベンダーの品質測定は 100% になります。

変動レポート

遵守度評価では、すべて前年への変換を行うことができます。これにより、現在の遵守度評価を前年の評価と比較することができます。

この例については、[取引先遵守度の比較（TY vs. LY）（A）] レポートを参照してください。

取引先契約および有効取引先数

概要

これらのメトリックにより、単位の有効性を取引先、契約残高（BOC）の単位、および納入原価ごとに評価できます。

階層

[取引先契約および有効取引先数] では、次の階層を使用できます。

- [時間暦]
- [製品]
- [取引先]

測定

契約数量および契約原価

RDW では、契約数量および契約原価が取引先、契約、アイテム、日レベルで保持されます。

契約数量	F_CNTRCT_QTY
契約発注量	F_CNTRCT_ORD_QTY

これにより、[契約残高（BOH）] が次のように計算されます。

（契約数量 - 契約発注量）

対応する原価データがファクトフィールドに保持され、数量に対する原価および発注の数量を計算するために使用されます。

契約原価高	F_CNTRCT_COST_AMT
契約発注原価高	F_CNTRCT_ORD_COST_AMT

これにより、[BOC 合計額] が次のように計算されます。

（（契約数量 - 契約発注量）* 平均契約原価高）

		契約数量	契約原価高	契約発注量	BOC 合計額	契約発注原価高	BOC 合計単位
合計	合計	182	419	14	37,596	32	168
取引先 14	14						
	147	114	262	7	28,055	16	107
	168	68	156	7	9,540	16	61

契約残高の合計額

カテゴリに対する契約の貢献度

カテゴリレベルに集計された契約発注原価高により、カテゴリ全体の発注原価高に対する貢献度比率を計算することができます。

契約発注原価高 / 契約発注原価高 (カテゴリ)

有効性

[利用可能な単位] とは、取引先から使用できる特定のカテゴリまたはスタイルのアイテムの合計数量です (F_AVAIL_QTY)。

ロス防止

このセクションには、[ロス防止]、[ロス防止伝票の概要]、および [ロス防止取引活動] の情報が含まれています。

概要

ロス防止

ロス防止は、小売業者の収益を左右します。

レポートにキャッシャという表示がある場合は、そのキャッシャのレジで取り扱われたか、またはそのキャッシャの番号で記録された売上取引、優先取引などの数がレポートされています。

レポートに従業員という表示がある場合は、従業員が購入したことを示しています。したがって、キャッシャおよび従業員が同時に表示される場合は、そのキャッシャが従業員の誰かに対して行った取引であることを示しています。

[従業員] レベルで集計された [ロス防止 (LP) 取引] により、従業員による [LP 取引] の数 (従業員が顧客である場合の LP 取引の数) を知ることができます。これは、従業員がシステムに入力した LP 取引の数を示すものではありません。従業員がシステムに入力した [LP 取引] の数を知るには、[キャッシャ] または [販売員] レベルで [LP 取引] を調べる必要があります。

超過/不足金額

超過/不足金額は、ロスを一定期間追跡し、ロスを防止するために使用することができます。超過金額はプラスに、不足金額はマイナスになります。超過/不足金額の計算に使用する情報は、売上監査から引き出されます。

手形振出人の超過/不足金額は、ロケーション、キャッシャ、およびレジごとに保持されます (F_DRAWER_OS_AMT)。

				メトリック	超過/不足 金額
ロケーション	キャッシュ		日		
Minneapolis 14101	キャッシュ A の店舗	キャッシュ A	日曜	2/23/03	28
			月曜	3/3/03	10
	キャッシュ B	キャッシュ B	日曜	3/2/03	10
			金曜	4/4/03	18
	キャッシュ C		月曜	2/24/03	22
			木曜	4/3/03	23

優先取引数

ロス防止表には、処理された取引の合計数が保持されます。優先取引数とは、レジで手動入力された取引の数です。優先取引は、値下げまたは値入れのいずれかに分類されます。値入および値下げに対して優先カウントが保存されます。これらの数およびロス防止取引の合計数を使用して、優先取引の比率が計算されます。

測定	ファクト
LP 取引数	(F_LP_AMT)
優先値入の数	F_IS_MKUP_COUNT
優先値入高	F_IS_MKUP_AMT
優先値下げの数	F_IS_MKDN_COUNT
優先値下げ高	F_IS_MKDN_AMT

ロス防止伝票

伝票とは、商品やサービスの提供に関する書類です。伝票は小売業者によって発行され、その後買い戻します。ロス防止表には、発行された伝票と、買い戻した伝票の数および額が保持されます。

測定	ファクト
発行された伝票	F_ISS_COUNT
発行伝票高	F_ISS_AMT
買い戻した伝票	F_RED_COUNT
買い戻した伝票高	F_RED_AMT

さらに、未処理伝票の数を追跡することにより、傾向および伝票日付がレポートされます。

		発行 伝票数	発行 伝票高	買戻した 伝票の数	買戻した 伝票高
Minneapolis	14101				
	商品券 4000	220	3,300	196	2,940

発行された伝票と買い戻した伝票

ロス防止取引活動

[LP 取引]

RDW では、ロス防止取引の数および額が、キャッシュ、ロケーション、および理由タイプ別に 15 分単位で保持されます。

測定	ファクト
LP 取引数	F_LP_COUNT
LP 取引額	F_LP_AMT

これらのファクトを使用して、各キャッシュの合計取引数の比率が計算されます。

LP 取引数 / LP 取引数 (すべてのキャッシュの合計)

割引クーポンおよびスキャンしたアイテム

- メーカーの割引クーポンの数および額
- 店舗の割引クーポンの数および額
- スキャンしたアイテムの数および手動で入力したアイテムの数
- スキャンし、手動で入力したクレジットカードの数

測定	ファクト
メーカーのクーポン数	F_TNDR_COUPON_COUNT
メーカーのクーポン額	F_TNDR_COUPON_AMT
店舗のクーポン数	F_DSCNT_COUPON_COUNT
店舗のクーポン額	F_DSCNT_COUPON_AMT
手動入力したアイテムの数	F_ENTER_ITEM_COUNT
スキャンしたアイテムの数	F_SCAN_ITEM_COUNT
手動入力したクレジットカードの数	F_ENTER_CC_COUNT
スキャンしたクレジットカードの数	F_SCAN_CC_COUNT

これらのファクトを使用して、アイテムの合計数に対する手動入力したアイテムおよびスキャンしたアイテムの比率を計算することができます。

手動入力したアイテムの数 / (スキャンしたアイテムの数 + 手動入力したアイテムの数)

同様に、スキャンしたクレジットカードおよび手動入力したクレジットカードの比率も、次のように計算されます。

スキャンしたクレジットカードの数 / (手動入力したクレジットカードの数 + スキャンしたクレジットカードの数)

ロス防止取引活動の従業員による売上および返品

RDW では、売上高および返品額が従業員別に保持されます。さらに、取引はキャッシュおよび従業員別に追跡されるため、従業員が購入した場合の取引を追跡することができます。

売上高および返品額を従業員別に追跡すると、従業員も顧客となります。したがって、これらの値には従業員が商品を購入したり、店舗に返品したりした場合の取引も反映されます。

入札タイプ別の売上および返品

RDW では、売上および返品額が入札タイプ別に保持されます。この情報は、ファクトレベルで現預金または現預金以外の 2 つにさらに分類されています。入札タイプは、POS システムで支払いの区別（現金、クレジットカード、商品券、およびその他の支払い）を実現する上で重要です。RDW では、入札タイプ情報を使用してロス防止の問題を追跡することもできます。

メトリック	計算	条件
入札売上高	F_TNDR_SLS_AMT	なし
入札売上高（現預金）	F_TNDR_SLS_AMT	現預金 = Y
入札売上高（現預金以外）	F_TNDR_SLS_AMT	現預金以外 = Y
入札返品額	F_TNDR_RTRNS_SLS_AMT	なし
入札返品額（現預金）	F_TNDR_RTRNS_SLS_AMT	現預金 = Y
入札返品額（現預金以外）	F_TNDR_RTRNS_SLS_AMT	現預金以外 = Y

これらのファクトは、合計返品数に対するキャッシュの貢献度や、現預金および現預金以外の入札タイプの返品に対する売上高の比率を計算するメトリックで使用されます。

メトリック	計算
ロケーションに対する入札売上高の貢献度比率	入札売上高 / 入札売上高（ロケーション）
ロケーションに対する入札返品額の貢献度比率	入札返品額 / 入札返品額（ロケーション）
売上高と返品比率（現預金）	入札売上高（現預金） / 入札返品額（現預金）
売上高と返品比率（現預金以外）	入札売上高（現預金） / 入札返品額（現預金以外）

次のレポートは、キャッシュおよびロケーションごとの売上と返品を示しています。

				入札 売上高	ロケーション に対する 入札売上高 の貢献度 比率 (MO)	入札 返品額	ロケーション に対する 入札返品額 の貢献度 比率 (MO)	売上高と 返品 の比率 (現金)	売上高と 返品 の比率 (現金 以外)
合計	合計			285,690	NA	28,057	NA	10.15	10.19
Minneapolis	14101								
	合計	合計		59,650	NA	5,861	NA	10.05	10.21
	キャッシュ A の店舗	キャッシュ A							
		現金 - 最優先通貨	1000	11,865	19.89%	1,181	20.15%	10.05	NA
	キャッシュ B	キャッシュ B							
		個人用小切手	2000	11,773	19.74%	1,145	19.53%	NA	10.28
	キャッシュ C	キャッシュ C							
		Visa	3000	12,091	20.27%	1,195	20.38%	NA	10.12
	キャッシュ D	キャッシュ D							
		Mastercard	3010	11,963	20.25%	1,174	20.03%	NA	10.19
	キャッシュ E	キャッシュ E							
		商品券	4000	11,959	20.05%	1,167	19.91%	NA	10.25
St. Paul	14102								

ロケーションおよび入札タイプ別の売上と返品

レポートの構成

ロス防止

RDW には、次の [ロス防止] レポートが用意されています。

- [キャッシュの金額超過/不足トレンド]
- [キャッシュの金額超過/不足]
- [キャッシュの金額超過/不足曜日別比較]
- [キャッシュの優先運用]
- [ロケーションの優先運用]
- [レジの優先運用]

ロス防止伝票

RDW には、次の [ロス防止伝票] レポートが用意されています。

- [キャッシュの伝票詳細]
- [復帰伝票詳細]
- [ロケーションの伝票詳細]
- [未処理伝票]
- [レジの伝票詳細]
- [伝票日付比較]
- [伝票日付の週次トレンド]
- [伝票買戻し作業]

ロス防止取引活動

RDW には、次の [ロス防止取引活動] レポートが用意されています。

- [キャッシャクーポン & スキャン]
- [キャッシャの業績トレンド]
- [キャッシャの売上/返品]
- [キャッシャの売上/返品詳細]
- [キャッシャの取引詳細]
- [キャッシャのロケーション業績]
- [従業員の売上/返品]
- [従業員のキャッシャ別売上]
- [ロケーションの取引詳細]
- [キャッシャの業績トレンド (ロケーション)]
- [レジの取引詳細]
- [売上監査合計]
- [取引タイプのキャッシャ詳細]
- [取引タイプのロケーション詳細]

階層

ロス防止

[ロス防止] レポートでは、次の階層を使用できます。

- [組織]
- [時間暦]
- [キャッシャ]
- [レジ]

ロス防止伝票

[ロス防止伝票] レポートでは、次の階層を使用できます。

- [時間]
- [製品]
- [組織]
- [キャッシャ]
- [レジ]
- [入札タイプ]
- [伝票日付帯]

ロス防止取引活動

[ロス防止取引活動] レポートでは、次の階層を使用できます。

- [時間]
- [組織]
- [売価タイプ]
- [取引タイプ]
- [従業員]
- [販売員]
- [キャッシャ]
- [レジ]

店舗の輸送

店舗の輸送レポートでは、店舗での顧客総数に対する売上取引の比率が日および週単位で測定されます。店舗の輸送は、来店客のうちの何人が購買客となったかを知る重要な方法です。この情報により、店舗のレイアウトや近接する他店の情報を評価することができます。

RDW では、店舗の輸送量と取引数がロケーションおよび日ごとに保持されます。

注: 店舗の輸送は、サードパーティまたはクライアント提供のアプリケーションによりロードされる必要があります。

測定	ファクト
店舗の輸送	F_STORE_TRAFFIC
合計取引数	F_TRAN_COUNT

換算レートは、次のファクトを使用して計算されます。

$$(\text{合計取引数} / \text{店舗の輸送}) * 100 = \text{換算レート}$$

次のレポートでは、ロケーションおよび週ごとの換算レートを示しています。

ロケーション	
Minneapolis	
14101	
週 1	
200201	
メトリック	
合計取引数	233
店舗の輸送	1008
換算レート	22.12

店舗の輸送の変換

顧客ワークベンチ

Customer Workbench では、顧客関連データを総合的に分析することができます。このワークベンチには、Retek Merchandising System (RMS)、Retek Behavior Profiling、Retek RetailCOM、およびサードパーティのデータを組み込むことができます。

また、売上業績、ロケーションの業績、特売の効果、および収益を分析することもできます。さらに、RDW で生成された顧客および製品リストに基づくマーケティング範囲を絞り込むことができます。

顧客ディメンション

顧客ディメンションでは、その名前が示すとおり、顧客の固有レコードで顧客情報を扱います。扱われる情報には、顧客の名前、住所、連絡先情報、特定の人口統計情報（未婚、既婚の別、年齢、民族、性別、所得、世帯の大きさなど）が含まれます。

顧客情報のソース

RDW には、Customer Relationship Management (CRM) グループの製品である Retek の Customer Order Management (COM) とのインターフェイスが装備されています。Retek の COM 製品は、Web、カタログ、コールセンター、および店舗など複数のチャンネルを通して顧客情報を収集することができます。

顧客アカウント

この機能を使用すると、アカウントグループにアカウントタイプをリンクさせることができます。取引を特定の顧客にリンクさせて、異なるアカウントタイプの顧客リストを作成することもできます。また、アカウント番号に特定の顧客をリンクさせることもできます。同じアカウントを持つ顧客が 2 人いる場合は、最初にそのアカウントを取得した顧客だけが表にロードされます。

顧客セグメンテーション

顧客セグメンテーションおよびセグメントプロファイルは、“RFMP” と呼ばれる方法で測定されます。RFMP とは、“R”ecency（最新購入日）、“F”requency（購買頻度）、“M”onetary（購入金額）、“P”rofitability（収益）の略語です。RFMP を使用すると、小売業者はこれら 4 つの RFMP 要因に基づいて上得意顧客およびそうでない顧客を特定したり、評価したりすることができます。上得意顧客とは、次の顧客を指します。

- 1 最近製品を購入した顧客。
- 2 頻繁に製品を購入する顧客。
- 3 製品やサービスに対する支払い金額が大きい顧客。
- 4 自社の収益に大きく貢献している顧客。

最新購入日 - 顧客は小売業者から製品を最後に購入した日付以降の日数に基づいてランク付けされます。業績グループの指定番号の 1 つが顧客に割り当てられます。

購買頻度 - 顧客は特定の期間内の購入回数に基づいてランク付けされます。業績グループの指定番号の 1 つが顧客に割り当てられます。

購入金額 - 特定の期間内の購入金額がドル単位で合計され、顧客はその金額に基づいてランク付けされます。業績グループの指定番号の 1 つが顧客に割り当てられます。

利益 - 顧客の購入により特定の期間内に生じた利益の合計に基づいて、顧客はランク付けされます。業績グループの指定番号の 1 つが顧客に割り当てられます。

キャンペーンの反応

このレポートセットでは、セグメントごとに特売応答比率を測定します。たとえば、特定の購入金額セグメントの特売応答比率を測定するとします。この場合セグメントを決定すると、そのセグメントの顧客グループを分けたり、全体の応答比率に基づいてグループの特売応答比率を決定したりすることができます。この機能は、特定の顧客セグメントに対する特売の金額および効果を決定するのに役立ちます。追加レポートを使用すると、複数の RFMP カテゴリからセグメントを選択することができます。

セグメントプロファイル

これらのレポートでは、売上高、利益、支出金額の平均、および他の特性がセグメントごとに測定されます。たとえば、各購買頻度セグメントの顧客ごとの売上高、利益、取引数の平均を参照することができます。

離反分析

これらのレポートでは、購買頻度、購入金額、および利益のセグメントで徐々に見られるランク落ちに基づき離反する可能性のある顧客が識別されます。

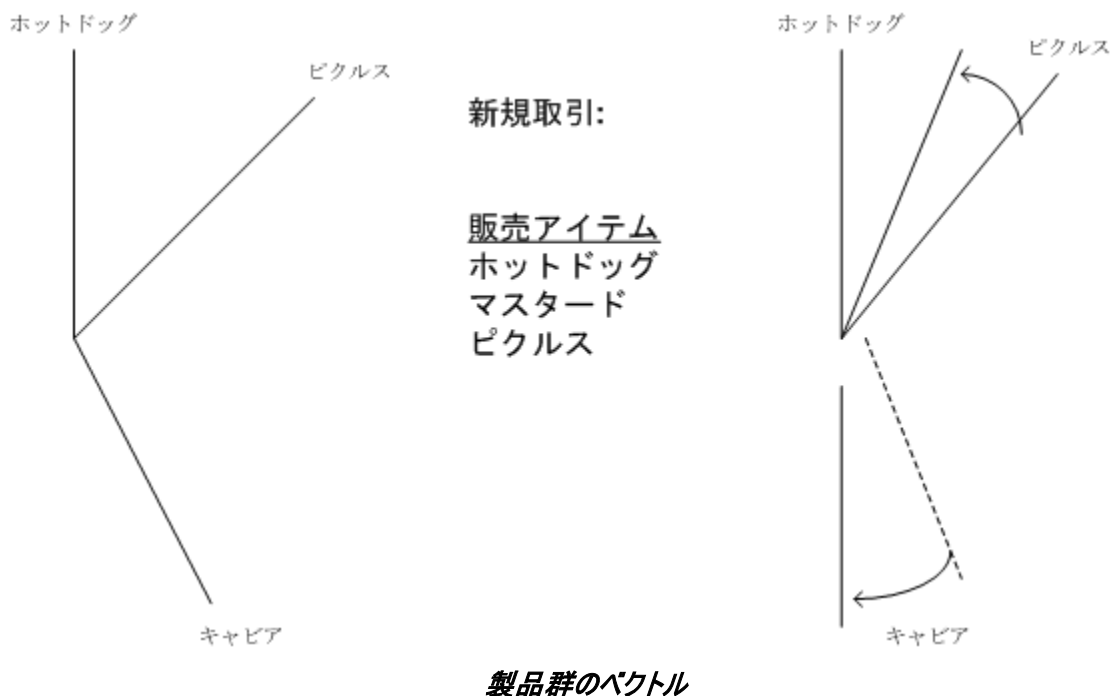
ロイヤルティプログラム

このレポートでは、ロイヤルティプログラムに含まれる顧客が RFM コードおよびセグメントごとに識別されます。

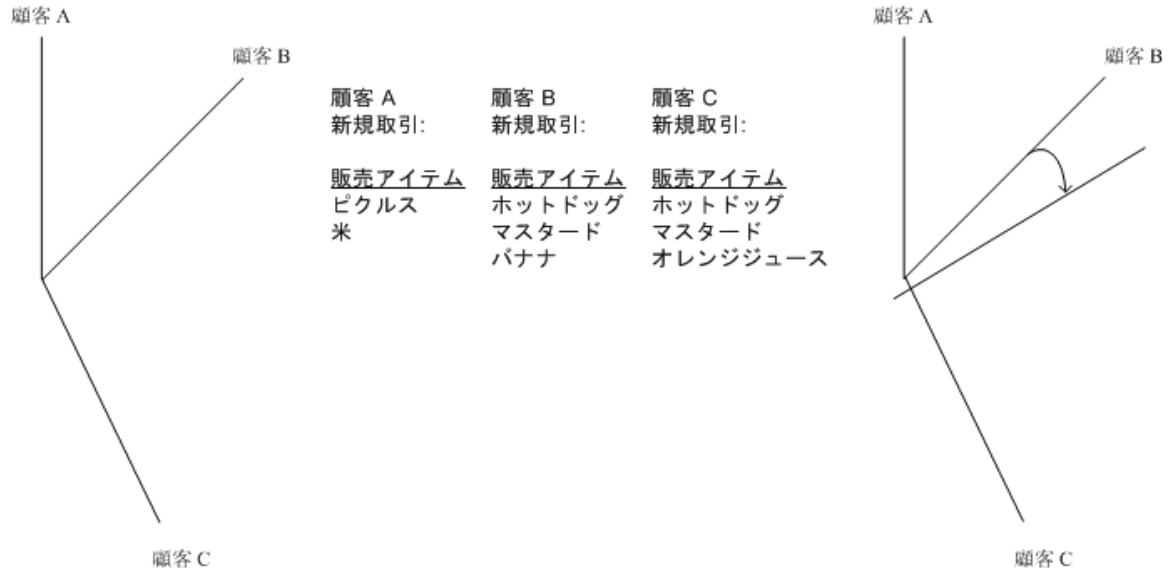
製品および顧客群

RDW では、製品に対する顧客の相性や好みを測定するクラスタ分析を採用しています。顧客群を使用すると、購入した製品で顧客を識別したり、グループ分けしたりすることができます。たとえば、顧客 A、B、C の全員が大量のアイテムを購入し、その中に同じ製品が多く含まれている場合、これらの顧客を 1 つの“顧客群”としてグループ分けすることができます。一方、製品群を使用すると、1 回の取引でしばしば一緒に販売される製品を識別したり、グループ分けしたりすることができます。たとえば、1 回の取引で、ホットドックとピクルスはしばしば一緒に販売されますが、ホットドッグとキャビアと一緒に販売されることはまれです。

顧客と製品群の両方を“ベクトル”と呼ばれる概念で説明することができます。製品群では、2 つのアイテムと一緒に販売される割合が多くなると、それぞれのアイテムベクトルが近づきます。2 つのアイテムと一緒に販売される割合が少なくなると、それぞれのアイテムベクトルは離れます。顧客群でも、使用される概念は同じです。次の例を参照してください。



上記の例から、取引によってアイテムベクトルが近づいたり離れたりする様子を見ることができます。取引によって、ホットドッグとピクルスは互いに近づきますが、キャビアはホットドッグとピクルス両方から徐々に離れています。ベクトルが互いにある程度まで近づくと、それらの製品を同じ製品群にグループ分けすることができます。アイテムは一度に 1 つの製品群にだけ属するという点に注意してください。ホットドッグとピクルス、さらにこの 2 つのベクトルの間にあるアイテムとこれらのベクトルに近接するアイテムはすべて、1 つの製品群にまとめることができます。1 つのアイテムは 1 つの製品群にだけ属することができます。



取引が顧客ベクトルに与える影響

上記の例から、取引によって顧客ベクトルが近づいたり離れたりする様子を見ることができます。取引によって、顧客 B と C は互いに近づきますが、顧客 A は B と C の両方から徐々に離れています。ベクトルが互いにある程度まで近づくと、それらの顧客を同じ顧客群にグループ分けすることができます。顧客は一度に 1 つの顧客群にだけ属するという点に注意してください。

特に、顧客群および製品群を使用すると、次の処理を行うことができます。

- 1 特定のアイテムに関心を示した顧客グループにそのアイテムを売り込む（ターゲットマーケティング/抱き合わせ販売）
- 2 顧客が関心を持ちそうなアイテムの中で、まだ購入していないアイテムの参照（相性）。同じ顧客群に属する他の顧客の購買行動に基づいて判断されます。
- 3 特売で売上が伸びるアイテムおよび売上が伸びないアイテムの識別
- 4 パッケージ化で売上が伸びるアイテムおよび売上が伸びないアイテムの識別（パック）
- 5 陳列棚で隣り合わせる商品を決定するために役立つ情報の入手

人口統計分析

この機能を使用すると、未婚、既婚の別、性別、人種、年齢、所得、子供の人数、世帯の大きさなどの人口統計の方法で顧客を識別することができます。この人口統計の機能は、顧客を識別するのに役立ちます。顧客について良く知ることは、誰に、何を、どこで、いつ、どのように顧客に売り込めばよいかを決定するのに役立ちます。

地域分析

この機能を使用すると、顧客の住んでいる地域情報を知ることができ、顧客をより理解することができます。提供される情報には、その地域の平均世帯主所得、教育レベル、家族のタイプ、貧困数などがあります。人口統計情報と同様、この地域情報により顧客に関する詳細な情報を入手でき、誰に、何を、どこで、いつ、どのように顧客に売り込めばよいか決定することができます。

用語集

用語

Ad Hoc レポート

実行時に作成されるレポート。Ad Hoc レポート分析は、2 つの方法で利用できます。1 つ目は最初から自分のレポートを作成する方法、2 つ目は既存の定義済みレポートを変更して保存する方法です。

By Type レポート

“By Type” レポートは、小売タイプに基づきます。店舗業績では、[タイプ別売上高] レポートに小売タイプ（通常、特売、およびクリアランス）に基づく売上高の詳細が示されます。ストック調整では、[タイプ別在庫高] レポートに小売タイプごとの棚卸評価額が示されます。

MicroStrategy

RDW フロントエンドは、MicroStrategy ツールセットを使用して構築されています。MicroStrategy Desktop は MicroStrategy ツールで、メトリックやレポートを作成および開発するのに使用します。これらのメトリックやレポートは、RDW Web を介してビジネスユーザーに配布することができます。

アトミック

オリジナルの操作データのアーカイブ。オリジナルフォーマットに多少の変換が加えられています。このアーカイブに対して、直接データウェアハウス照会を行うことはありません。

オンライントランザクション処理（On-Line Transaction Processing: OLTP）

データベースへのデータ入力を目的とするシステム。OLTP では、すべてのシステムにある特定店舗のデータを参照しますが、提供される情報は必ずしも意思決定を支援する情報であるとは限りません。

オンライン分析処理（On-Line Analytical Processing: OLAP）

意思決定に役立つ情報の提供を目的とするシステム。

サマリレポート

サマリレポートでは、機能領域の重要なデータを扱います。たとえば、売上生産性の評価には、売上および利益の業績データが広範囲に使用されます。

スコアカードレポート

スコアカードレポートには、特定の機能領域を多階層分析できる広範なデータが含まれています。たとえば、売上生産性スコアカードには、売上、利益、返品、取引情報などの種々の業績データが含まれます。

データマート

データウェアハウスのサブジェクト指向データのサブセット。

データ集計

断片化した表のデータを要約表に再集計するプロセス。これにより、照会パフォーマンスが向上します。

データ抽出

ソースシステムからデータウェアハウスにデータを移動したり、変換したりするプロセス。

テンプレート

データウェアハウスから取得するメトリックおよび属性、およびその表示方法を指定するユーザー定義の表示形式。テンプレートは、MicroStrategy Desktop に組み込まれている意思決定を支援する調査のベースになります。スプレッドシートビュー、マップ、さらに棒、バブル、線、円などのグラフなど、さまざまな表示形式から選択できます。

トレンドレポート

トレンドレポートでは、一定期間にわたるデータの明確なパターンや推移を示します。通常トレンドレポートは、選択された期間枠の特定のデータを図形化するグラフになります。

ファクト

データベースのカラム。通常は数値で構成され、測定可能な情報が含まれています。ファクトの例としては、[売上] または [手持ち在庫] などがあります。ファクトは、データの中で最も重要な部分です。

フィルタ

ユーザーが設定するマスク。これにより、テンプレートで選択された一般的な情報のクラス内にある目的の情報のサブセットを識別することができます。

マイナーチェンジ

個別に履歴に記録する必要のない組織内の小さな変更。

メジャーチェンジ

個別に履歴に記録する必要がある組織内の大きな変更。

メタデータ

データウェアハウスの操作をサポートするデータ。通常は、詳細レイヤーの内容をヘッダーレイヤーに記述する中間レイヤーです。

メトリック

業績測定単位。意思決定を支援する情報を提供します。通常は数値で構成されています。ファクトカラムにはデータが含まれており、メトリックの定義に使用されます。メトリックは、RDW の取引データを使用して計算されます。

ランク付けレポート

ランク付けレポートでは、ある時点または選択された期間内の特定の発注情報をソートおよび整理できます（最大売上、最低業績、緊急発注などを含む）。レポートは、内部（メトリック内）でランク付けすることができます。また、外部（フィルタを使用）からランク付けすることもできます。レポートは、異なる基準でランク付けすることができます。たとえば、キャッシュは、処理した取引数、処理した各取引の売上高平均、または処理した各取引の利益率の平均に基づいてランク付けすることができます。

リレーショナルオンライン分析処理

(Relational On-Line Analytical Processing: ROLAP)

リレーショナルデータベースの概念を使用して、意思決定に役立つ情報の提供を目的とするシステム。

レポート

メトリックおよび階層属性のグループ。通常、メトリックはカラムとして表示され、階層属性は行として表示されます。レポートは、グリッド、グラフ、および警告フォーマットで表示できます。

レポートに関する詳細については、用語の Ad Hoc レポート、By Type レポート、詳細レポート、例外レポート、定義済みレポート、スコアカードレポート、ランク付けレポート、サマリレポートを用語集で参照してください。

階層

一般的なレベルで特定条件のデータを集めた概念上のグループ。[売上] などのメトリックは、[製品]、[地理]、[時間] など階層に関連しており、独立していません。この関係により、利用可能な [売上] データのタイプが定義されます。[売上] などのメトリックを検討する場合、どのデータを利用できるか検討することが大切です。たとえば、自社製品別の [売上] 情報があるかどうか、国、リージョン、および都道府県別の [売上] データがあるかどうか、さらに過去 5 年間の [売上] データがあるかどうかなどの検討です。

階層属性

階層属性は、Retek Data Warehouse の階層表を使用して定義されます。この階層属性は、データのスライスアンドダイス分析に使用されます。階層属性には、店舗、カテゴリ、週、取引先などがあります。

業績

業績は、特定の店舗、従業員、作業工程の全体的な効率や働き、または他との比較したときのそれらの全体的な効率や働きに基づきます。たとえば [従業員業績] では、次の点が測定されます。

- 従業員全員が処理する取引量に基づく従業員の作業量
- 各取引プロセスの売上高に基づく従業員の販売量
- 他の従業員との比較による従業員の働きぶり
- 貢献度または勤務時間に基づく従業員のランク付け

指定日累計レポート

これらのレポートには、選択した日付までの情報の合計が表示されます。たとえば、[指定日までの売上年] (または YTD) の日付が 2002 年 6 月 1 日である場合、このレポートには 2002 年 6 月 1 日までの今年の売上の合計が含まれます。この処理は、時間変換機能により実行されます。

集合

複数の要素で構成されるデータタイプ。集合は、配列、関数型言語でのリスト、文字列、ファイルなどすべての要素が同じタイプを持つ同種データタイプにもなれば、構造など要素が異なるタイプを持つ異種データタイプにもなります。

詳細レポート

詳細レポートでは、機能領域のコンポーネントが詳細に分析されます。たとえば、在庫調整の [在庫調整詳細] レポートでは、破損、盗難などの理由別にグループ分けされた在庫調整が分析されます。

正規化

正規化とは、データを複数のレベルに分割してデータの重複を取り除くプロセスです。

生産性

生産性は、特定の店舗、従業員、作業工程の全体的な利益貢献度、または他と比較したときのそれらの全体的な利益貢献度に基づきます。大抵の場合、生産性データは、時間または金額に基づきます。たとえば、売上生産性データでは次の点が測定されます。

- 売上や利益に対する特定の店舗、従業員、またはプロセスの貢献度。
- ディストリクトでの各店舗の貢献度、リージョンでの各ディストリクトの貢献度、およびエリアでの各リージョンの貢献度など、個別および全体の貢献度の測定。
- 時間、ロケーション、製品に対する従業員の業績分析。
- 生産高または取引ごとの売上高に基づく従業員のランク付け。

属性

階層のコンポーネント。階層には 1 つ以上の属性を含めることができます。ただし、属性は 1 つの階層にだけ属することができます。属性は、集計レベルを示し、フィルタリングまたは構築に使用することができます。属性は、データウェアハウスの物理カラムまたはキーを指します。

定義済みレポート

RDW の基本アプリケーションに含まれているレポート。これらのレポートは、ビジネス内容に合わせて変更することができます。定義済みレポートは、テンプレートと自動プロンプトフィルタで構成されています。このフィルタを使用すると、特定の店舗、期間、カテゴリなど目的のデータセットを選択することができます。

非正規化

非正規化とは、表内の重複の許可を意味します。表は階層化されずに保持され、スノーフレーク化または正規化されません。

平日

週末を含む、月、火、水、木、金、土、日の各曜日。この属性は、当日、前週、前月、前年の分析に使用します。たとえば、小売業者はシーズンすべての月曜日の売上合計を参照する場合があります。この場合、売上合計は特定の曜日と関連付けられた日によって区別されます。

例外レポート

例外レポートでは、あらかじめ指定された状況になると警告するように定義することができます。たとえば、販売があるレベルを下回ると、特定の警告レポートが作成されて通知されるように設定することができます。現在、RDW に警告レポートは用意されていません。ただし、MicroStrategy にこのオプションが用意されており、必要に応じてレポートを変更することができます。

略語および頭文字

説明	略語および頭文字
Account (アカウント)	Acct
Advance Shipping Notice (事前出荷通知)	ASN
All Commodity Volume (全商品量)	ACV
Allocation (割り当て)	Alloc
Allowance (割引)	Allow
Amount (金額)	Amt
Automobile (自動車)	Auto
Available (利用可能)	Avail
Average (平均)	Avg
Balance of Contract (契約残高)	BOC
Beginning (初め)	Beg
Beginning of Month (月初め)	BOM
Beginning of Period (期間開始)	BOP
Beginning Stock on Hand (開始時手持ち在庫)	BOH
Cancelled (キャンセル)	Cnclld
Carton (カートン)	Crtn
Cashier (キャッシャ)	Cshr
Category (カテゴリ)	Catg
Change (変更)	Chng
Children (2 名以上の子供)	Chldrn
Clearance (クリアランス)	Clrc
Cluster (群)	Clstr
Code (コード)	Cde
Color / Colour (カラー)	Colr
Combination (組み合わせ)	Comb
Company (カンパニー)	Cmpy
Comparable (構成)	Comp
Competitor (競合他社)	Cmptr

説明	略語および頭文字
Component (コンポーネント)	Cmpnt
Compression (圧縮)	Cmp
Contract (契約)	Cntrct
Contribution (貢献度)	Contrib
Control (コントロール)	Ctrl
Cost of Goods Sold (売上原価)	COGS
Country (国)	Cntry
Coupon (クーポン)	Cpn
Cubic (体積)	Cb
Cumulative (累積)	Cum
Currency (通貨)	Crncy
Current (現在)	Curr
Customer (顧客)	Cust
Damaged (破損)	Damgd
Date (日付)	Dt
Days of Supply (供給日数 (手持ち))	DOS
Delivery (配送)	Dlvry
Demographic (人口統計)	Demog
Department (部門)	Dept
Description (説明)	Desc
Detail (詳細)	Dtl
Difference (差額)	Diff
Discount (割引)	Dscnt
District (ディストリクト)	Distt
Division (ディヴィジョン)	Div
Document (ドキュメント)	Doc
Each(es) (各)	Ea
Electronic Data Interface/Interchange	EDI
Employee (従業員)	Emply

説明	略語および頭文字
End of Month (月末)	EOM
End of Period (期末)	EOP
End of Season (シーズン末)	EOS
End of Week (週末)	EOW
Ending Stock on Hand (終了時手持ち在庫)	EOH
Estimated (見積もり)	Est
Exchange (為替)	Exch
Forecast(ed) (予測)	Fcst
Format (フォーマット)	Fmt
Freight (輸送)	Frght
Frequency (購入頻度)	Freq
General Ledger (総勘定元帳)	GL
Geographic (地域)/ Geography (地理)/ Geocode (ジオコード)	Geo
Goods Available For Sale (販売可能な商品)	GAFS
Gross Margin Return on Investment (粗利益投資収益)	GMROI
Gross Margin Return on Space (面積に対する粗利益収益)	GMROS
Gross Profit (粗利益)	GP
Half to Date (現半期)	HTD
Height (高さ)	Ht
Hour (時間)	Hr
Identification (識別)	ID
Identifier (識別子)	Idnt
Incremental (増加)	Incr
Indicator (Used for all Y/N fields)(インジケータ) (Y/N フィールドすべてで使用する)	Ind
Inventory (在庫)	Inv
Last Period (前期)	LP

説明	略語および頭文字
Last Week (前週)	LW
Last Year (前年)	LY
Length (長さ)	Len
Level (レベル)	Lvl
Linear (一次)	Ln
List of Values (値リスト)	LOV
Location (ロケーション)	Loc
Maintenance (メンテナンス)	Maint
Management (管理)	Mgmt
Manager (マネージャ)	Mgr
Markdown (値下げ)	Mkdn
Market (市場)	Mkt
Markon (値付け)	MKON
Markup (値入)	Mkup
Maximum (最大)	Max
Merchandise (商品)	Merch
Message (メッセージ)	Msg
Minimum (最小)	Min
Miscellaneous (その他)	Misc
Monetary (金額)	Mntry
Month (月)	Mth
Month to Date (指定日までの月)	MTD
Movement (変動)	Move
Multiple (複数)	Mult
Next Year (来年)	NY
Number (番号)	No
On Hand (手持ち)	OH
On Order (発注中)	OO
Open to Buy (仕入予算)	OTB

説明	略語および頭文字
Operation / Operational (操作/操作上)	Oper
Order (発注)	Ord
Organization (組織)	Org
Original (オリジナル)	Orig
Over/Short (超過/不足)	OS
Package (パッケージ)	Pack
Payment (支払い)	Pmt
Percent (率)	Pct
Performance (業績)	Perf
Permanent (永久)	Perm
Point Of Sale (売上ポイント)	POS
Postal (郵便)	Pstl
Previous (以前)	Prv
Primary (主要)	Prmry
Product (製品)	Prod
Profit (利益)	Prft
Promotion (特売)	Prmtn
Purchase (購入)	Purch
Purchase Order (発注書)	PO
Quality Control (品質管理)	QC
Quantity (品質)	Qty
Quantity to Date (指定日までの数量)	QTD
Quarter (四半期)	Qtr
Quintile (五分位数)	Qntl
Rate (レート)	Rt
Reason (理由)	Reasn
Recalculate (再計算)	Recalc
Receipt(s) (受取)	Rcpt(s)
Received (入荷)	Rcvd

説明	略語および頭文字
Recency (最新購入日)	Rcncy
Recency, Frequency, Monetary Value (最新購入日、購買頻度、購入金額)	RFM
Recency, Frequency, Monetary Value, Profit (最新購入日、購買頻度、購入金額、利益)	RFMP
Reclassification (再分類)	Reclass
Reference (参照)	Ref
Region (リージョン)	Regn
Regular (通常)	Rglr
Replenishment (補充)	Repl
Report (レポート)	Rpt
Required (必須)	Reqd
Requirement (要件)	Req
Retail (小売)	Rtl
Retek Data Warehouse	RDW
Retek Merchandising System	RMS
Retek Sales Audit	ReSA
Return to Vendor (ベンダーへの返品)	RTV
Revision (修正)	Rev
Sales (売上)	Sls
Sales Units (売上単位)	Sls Units
Sales Value (売上高)	Sls Value
Salesperson (販売員)	Slsprsn
Season (シーズン)	Seasn
Season to Date (指定日までのシーズン)	STD
Sequence (シーケンス)	Seq
Shipment(s) (出荷)	Ship
Short (不足)	Shrt
Shrink / Shrinkage (ロス)	Shrk
Skulist	Skulst

説明	略語および頭文字
Square (面積)	Sq
Standard (標準)	Stnd
Stock Keeping Unit (在庫商品識別番号)	SKU
Stock on Hand (手持ち在庫)	SOH
Subclass (サブクラス)	Sbc
Supplier (取引先)	Supp
Supplier Compliance (取引先遵守度)	Scmp
Tender (入札)	Tndr
This Period (今期)	TP
This Year (今年)	TY
Total (合計)	Ttl
Transaction (取引)	Tran
Transfer (振替)	Trnsfr
Transit (移動)	Trnst
Unavailable (利用不可)	Unavail
Unit of Measure (測定単位)	UOM
Universal Product Code (統一商品コード)	UPC
Unscheduled (予定外)	Unsched
User Defined Attribute (ユーザー定義属性)	UDA
Value (値)	Val
Value Added Tax (付加価値税)	VAT
Vendor Product Number (ベンダー製品番号)	VPN
Warehouse (ウェアハウス)	Wh
Week to Date (指定日までの週)	WTD
Week(s) (週)	Wk
Weekday (平日)	Wkday
Weeks of Supply (供給の週数)	WOS
Weight (重さ)	Wt
Width (幅)	Wid

説明	略語および頭文字
Work Order (作業依頼書)	WO
Worksheet (ワークシート)	Wksht
Year (年)	Yr
Year to Date (指定日までの年)	YTD
Zone (ゾーン)	Zne

付録 A よくある質問

注: このセクションの質問および回答は、項目別になっています。

追跡

質問

同じサブクラスの異なる 3 つのラインの売上をリストしているレポートを参照するとします。ラインは、それぞれ異なるレベルを追跡し、ライン 3 は変形レベルを追跡しています。このレポートを使用して、ライン 3 の各変形の売上を表示し、ライン 1 ~ 2 のデータは“空白セット”になるようにしたいのですが、同じレポートにこれらのラインが表示されてしまいます。これら“空白セット”の行には、ビジネス上のどのような目的があるのでしょうか。変形レベルのレポートは、変形レベルで売上が追跡されたラインの売上だけを表示します。変形で追跡されていないサブクラスのラインを特定する場合、同じレポートにその情報を追加する代わりに、MicroStrategy の他の“関連”検索機能（ドリルアップや階層リストなど）を使用することを考慮すべきでしょうか。現在、ツールの制限により、2 つの別々のレポートでこの作業を行っています。レポートのフレキシビリティとデータ統合のどちらがより重要でしょうか。

回答

変形レベルで売上を記録するレポートを実行すると、変形レベルで追跡されているアイテムだけがレポートされます。ライン X レベルで売上を記録するレポートが起動していると、ライン X および変形レベルで追跡される全追跡レベルアイテムの売上がレポートされます。このレポートを変形ヘドリルダウンすると、追跡されているかどうかにかかわらず、ラインに結合するすべての変形が表示されます。変形が追跡レベルではない場合は、変形の売上（または他の追跡レベルの特定のメトリック）は表示されず、変形レベルで有効な他のメトリック（原価など）がレポートに表示されます。ラインレベルで売上を記録するレポートを実行していると、アイテムがライン、ライン X、変形レベルのいずれにあっても、そのアイテムの売上がすべての追跡レベルでレポートされます。この場合も、下位レベルにドリルダウンできますが、ライン X または変形のどちらにドリルダウンしても、すべてのレベルまたは他の追跡レベルの特定のメトリックでは売上が表示されません。ただし、ドリルダウンしたレベルで有効なレポートのメトリック（原価など）は表示されます。

注: 現在、RDW には追跡レベルより下位で維持されているデータ（原価など）はありません。これは、RMS 10.0 の原価機能の影響によります。

売上

質問

売上が主要取引先ごと以外で使用できないのはなぜですか。

回答

当初より RDW は RMS から売上データを取得しており、売上データは取引先、アイテム、ロケーション、日レベルで保持されていません。RMS は、アイテム、ロケーション、日レベルでの売上の提供のみを行います。ただし、各アイテムは主要取引先と関連付けられているので、主要取引先ごとで売上を取得することができます。

ライセンス

質問

限定ライセンスと完全ライセンスはどのように違いますか。

回答

限定ライセンスの場合は、HR データマートまたは財務データマートなど、他のデータマートを追加することはできません。また、他のシステムで MicroStrategy ツールを使用することもできません。

Web ブラウザ

質問

RDW がサポートしている Web ブラウザを教えてください。

回答

Netscape Navigator (バージョン 6 を除く) および Microsoft Internet Explorer バージョン 4.0 またはそれ以降のバージョンをサポートしています。

統合

質問

RDW と統合できる製品を教えてください。

回答

RDW は Retek Merchandising System (RMS)、Retek TopPlan、Retek Sales Audit (ReSA)、Retek Customer Order Management (RCOM)、および Retek Invoice Matching (ReIM) と統合できます。

付録 B ジョイント子属性のユースケース

ユースケースとはシステム分析の手法の 1 つで、システム要求を識別、明確化、編成するために使用されます。ユースケースは、ある状況でシステムとユーザー間で行われる可能性のあるインタラクションで構成され、特定の目的と関連があります。ユースケースは、一緒に使用できる要素のグループ（複数のクラスおよびインターフェイスなど）で構成されているので、これらの要素を個別に集めるよりも効果的です。ユースケースは、特定の目的に関連して実行される可能性のある処理の集合と考えることができます。

アイテム

この表では、アイテムの属性およびジョイント子属性と、その詳細説明がまとめられています。

属性名または ジョイント子属性名	属性または ジョイント 子属性	階層	説明
預金コード	ジョイント 子属性	アイテム特性	預金がロケーションのこのアイテムに関連付けられているかどうかを示します。
エレクトリック マーケティング クラブ	ジョイント 子属性	アイテム特性	ロケーションでアイテムが属するエレクトリックマーケティングクラブを示すコードを保持します。
食料品クーポン券	ジョイント 子属性	アイテム特性	ロケーションで食料品クーポン券が承認されているアイテムかどうかを示します。
フルパレット アイテム インジケータ	ジョイント 子属性	アイテム特性	店舗がフルパレットのみでアイテムを再発注する必要があるかどうかを示します。
ナショナルブランドの比較アイテム	ジョイント 子属性	アイテム特性	現在のアイテムの比較対象である全国ブランドアイテムを示します。
新製品の開始日	ジョイント 子属性	アイテム特性	最初にロケーションでアイテムを販売する日付を示します。
パッケージサイズ	属性	製品	これら 2 つの属性で、製品の パッケージ量を示します。
パッケージ単位	属性	製品	
プレゼンテーション方法	属性	製品	アイテムの陳列方法（陳列棚、J フック、釘固定など）を定義します。

属性名または ジョイント子属性名	属性または ジョイント 子属性	階層	説明
主要取引先表示	ジョイント 子属性	アイテム取引 先特性	取引先がアイテムの主要取引 先であることを示します。
再発注可能表示	ジョイント 子属性	アイテム特性	店舗がアイテムを再発注できる かどうかを示します。
賞与クラブ資格	属性	製品	アイテムがロケーションのさまざま なタイプのボーナスポイントつま り賞与プログラムに適用される かどうかを示します。
不認可の表示	ジョイント 子属性	アイテム特性	そのロケーションでのアイテムの 販売を直ちに停止することを示 します。
VPN	ジョイント 子属性	アイテム取引 先特性	アイテムの製造元番号です。

パッケージの測定単位 (UOM) およびパッケージ単位

これら 2 つの属性で、製品のパッケージ量を示します。たとえば 6 オンスのアイテムでは、パッケージの測定単位 (UOM) がオンス、パッケージ単位が 6 になります。製品階層をこの値に合わせ、特定のレベル (ラインなど) がパッケージ UOM とパッケージ単位を合わせたものと同じになるようにすることもできます。これにより、類似するサイズの製品を小計レベルで参照することができます。たとえば、各種炭酸飲料に、4 オンス、12 オンス、1 リットル、2 リットルなどさまざまなサイズがあるとします。この場合、小売業者は 4 オンスサイズの製品の状態を全体と比較したり、12 オンスの同種製品と比較したりすることがあります。[パッケージ UOM] と [パッケージ単位] を使用すると、レポートを調整するために商品レベルを“強制的に調整する”必要はなくなります。RMS では、これらの値を別々にして、Retek Price Management (RPM) で使用できるように調整しています。

パッケージ UOM および単位を使用するレポートでは、パッケージ UOM がオンスである場合、パッケージ単位量が 10 オンスより多いシリアルの上と利益を表示することができます。

これらのフィールドは、集計されません (たとえば、各 11 オンスのシリアル 2 個は、22 オンスにはなりません)。

これらは、[製品] 階層にある [パッケージ UOM] と [パッケージサイズ] の 2 つの属性としてモデル化されています。これにより、[パッケージ UOM] がオンスである場合は、12 オンスより小さいサイズに制限されています。この属性は、テンプレートに表示することができます。また、フィルタで使用して照会を目的に合わせて制限することができます。

再発注可能インジケータ

店舗がアイテムを再発注できるかどうかを示します。RMS の処理では、このインジケータは使用されません。ただし、このフィールドを使用して例外レポートを作成することができます。たとえば、再発注可能インジケータが“いいえ”に設定されているアイテムの例外レポートを実行して、販売を続行することができます（将来のレポートでは、再発注が“いいえ”の場合、アイテムは受け取られたことを示します）。

将来、再発注可能インジケータを使用するレポートでは、再発注可能インジケータが“y”である場合、在庫切れが示されます。

これは、[アイテム]/[ロケーション] の関係を確認するジョイント子属性としてモデル化されています。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に合わせて制限したりできます。

新製品の開始日

新製品の開始日は、アイテムを最初に販売できる日付を保持します。この属性は、次の 2 つの異なる機能で 사용할ことができます。

- アイテムの売上の上昇傾向を見るために、“新商品の開始日” から売上げトレンドを追跡する。
- 例外レポートを実行して、“新商品の開始日” 以前に売上記録がないことを確認する。このタイプのレポートは、ディズニー映画など取引先指定のリリース日のあるライセンス製品に実行されます。

新製品開始日を使用するレポートには、先月の“新製品開始日”と共にアイテムの売上トレンドが示されます（たとえば、12-9-00 以降）。

これは、[アイテム] / [ロケーション] の関係を確認するジョイント子属性としてモデル化されています。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に合わせて制限したりできます。

パレットアイテム

パレットアイテムは、アイテムをパレットで発注する必要があるかどうかを示します。この属性は、特にベンダー手数料が急に発生し、例外レポートを実行する場合に使用することができます。最終的に、パレットアイテムだけの購入で、アイテムのパレット数量とは異なるものを探します。

これは、[アイテム] / [ロケーション] の関係を確認するジョイント子属性としてモデル化されています。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に合わせて制限したりできます。

預金コード

預金コードを使用すると、預金コードフィールドの値を格納しているアイテム / ロケーションの預金から生成された所得をレポートできます。たとえば、Michigan や California などのいくつかの州ではスナップボトルに払い戻し可能な保証金が含まれていますが、この場合その預金コードに対して払い戻される金額を示すレポートを生成できます。

これは、[アイテム] / [ロケーション] の関係を確立するジョイント子属性としてモデル化されています。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

食料品クーポン券

食料品クーポン券属性は、アイテムを購入する際に提示される食料品クーポン券が有効な入札かどうかを示します。購入されたアイテムに対して食料クーポン券の引き換えを追跡し、食料品クーポン券の使用を確認（入札タイプ）することができます。さらに、食料品クーポン券による購入数量が多い店舗は、食料品クーポン券での購入がほとんどない店舗よりも、製品を個別に揃えることができます。

食料品クーポン券インジケータを使用するレポートでは、このインジケータが “y” である場合、アイテムの品揃えや製品の売上情報を示します。来店する買い物客の人口統計情報に基づいて、需要に合った品揃えを管理することができます。

これは、[アイテム] / [ロケーション] の関係を確立するジョイント子属性としてモデル化されています。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

賞与クラブ資格

賞与クラブ資格属性は、アイテムがロケーションのさまざまなタイプのボーナスポイントつまり賞与プログラムに適用されるかどうかを示します。この属性は、製品の売上トレンドを分析するときに参照する場合があります。あるアイテムでは、ポイントが加算されない販売に比べて、ボーナスポイントが加算される販売の方が、売上を伸ばすことができます。さらに、“有資格” アイテムと “無資格” アイテムで顧客の購入を追跡すると、顧客の購買習慣を評価することができます（たとえば、店舗全体からアイテムを購入する顧客とボーナスアイテムだけを購入する顧客）。

使用するレポートには、任意のリージョン/カテゴリにおける賞与クラブ資格値ごとの売上があります。

これは、[製品] 階層内の属性としてモデル化されています。この属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して目的の照会を制限したりできます。

エレクトリックマーケティングクラブ

エレクトリックマーケティングクラブ属性は、賞与クラブ資格と連動しており、各アイテムに連動する賞与クラブをより詳細に定義することができます。この属性は、賞与プログラムと連動するアイテムの売上のフィルタおよび定義に使用します。

これは、ジョイント子属性としてモデル化されており、[アイテム] / [ロケーション] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

不認可インジケータ

このインジケータは、ロケーションでアイテムを販売できないことを示します（製品のリコール）。“不認可” のフラグが付いているアイテムの売上の例外追跡により、カンパニーの [ジョイント子属性コントロール] 領域でリコールの承認を確認することができます。

これは、ジョイント子属性としてモデル化されており、[アイテム] / [ロケーション] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

ナショナルブランドの比較

この属性は、既存のアイテム（“自社ブランド” アイスクリーム）と比較する全国ブランドアイテム（“ケンプス” アイスクリーム）を示します。この属性は参照用で、フィルタに使用します。たとえば、アイスクリームカテゴリの [ナショナルブランドの比較] フィールドで “ケンプス” のアイテムすべての売上を抽出し、同じカテゴリで実際に “ケンプスブランド” を付けられたアイテムすべてと比較することができます。

これは、ジョイント子属性としてモデル化されており、[アイテム] / [ロケーション] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

J フックアイテム（プレゼンテーション方法）

この属性は、アイテムの陳列方法（陳列棚、J フック、釘固定など）を定義します。釘固定アイテムと陳列棚アイテムの売上など、この属性を使用して売上情報を抽出できます。

これは、[製品] 階層内の属性としてモデル化されています。この属性は、テンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

競合他社の価格

この表では、競合他社の価格の属性およびジョイント子属性と、その詳細説明がまとめられています。

属性名または ジョイント子属性名	属性または ジョイント 子属性	階層	説明
競合他社複数単位 の奨励	ジョイント子 属性	競合他社の品 質	アイテムが競合販売されていて、アイテムに複数の価格設定方法がとられている場合に、複数の奨励価格設定タイプを示します。
競合他社オファー タイプ	ジョイント子 属性	競合他社の品 質	アイテムが競合販売されたときに、競合他社の製品で行われた特売の種類の詳細を示します。
競合他社店舗の距 離	ジョイント子 属性	競合他社の品 質	競合他社の店舗と自社の店舗の距離を示します。
競合他社店舗の距 離 UOM	ジョイント子 属性	競合他社の品 質	[距離] ジョイント子属性で使用される測定単位を示します。
競合他社店舗の 見積もりボリューム	属性	競合他社	競合他社の年間見積もり売上ボリュームを示します。
競合他社の店舗 ランク	ジョイント子 属性	競合他社の品 質	価格の比較に基づいて競合他社の順位を示します。
競合他社の目標表 示	ジョイント子 属性	競合他社の品 質	自分のロケーションのランク付けリストにあるどの競合他社が、価格設定の基準となるのかを示します。

見積もりボリューム

見積もりボリューム属性は、競合他社ロケーションが生成する見積もり売上ボリュームを参照します。レポートで参照用に使用する場合、見積もりボリュームをフィルタリングして、ある値より大きい / 小さい、または 2 つの値の範囲内にある見積もりボリュームの競合他社だけを抽出することができます。たとえば、前月の競合他社の価格履歴とを自社の価格を比較する際、見積もりボリュームが 1,000,000 ドルを超える競合他社のロケーションでの価格を表示することができます。

この属性は、[競合他社] 階層内の属性としてモデル化されています。この属性は、テンプレートに表示することができます。また、フィルタで使用して照会を目的に合わせて制限することができます。

距離/距離 UOM

このジョイント子属性は、競合他社のロケーションとそれに関連付けられた“自社の”ロケーションの距離を参照します。レポートで使用する場合、距離でフィルタリングして、自分の店舗から一定距離内にある競合他社の店舗だけを抽出することができます。たとえば、前月の競合他社の価格履歴と自社の価格を比較する際、自分のロケーションでの価格と 10 ([距離]) マイル ([距離 UOM]) 以内の距離にある競合他社のロケーションでの価格を比較することができます。

これは、[競合他社店舗の距離] と [競合他社店舗の距離 UOM] の 2 つのジョイント子属性としてモデル化されており、[競合他社店舗] / [店舗] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

ランキング

ランキングジョイント子属性は、カテゴリマネージャが競合他社ロケーションに設定した割り当てランクを参照します。また、このランクは自分のロケーションの価格戦略に対する競合他社の影響力と等しくなります。

たとえば、ランク 3 よりもランク 1 の競合他社ロケーションで価格が変更される方が、売値変更を考慮する大きな理由になります。

レポートで使用する場合、ランクでフィルタリングして意思決定に役立てることができます。

たとえば、まず自分のロケーションの価格と比較するランク 1 だけの競合他社の前月価格履歴を表示します。次に、自分のロケーションでの価格と比較する競合他社のすべてロケーションの前月価格履歴を表示して、そのランキングを表示します。これにより、表示されるランク 1 の競合他社が正しいかどうか確認できます。自分のターゲット競合他社は、ランク 1 の競合他社ではないことを示します。

これは、[競合他社の店舗ランク] のジョイント子属性としてモデル化されており、[競合他社店舗] / [店舗] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

ターゲットインジケータ

ターゲットインジケータジョイント子属性は、RPM 内でどの競合他社が競合する価格変更を行っているかを示します。この属性もフィルタで 사용할 ことができます。たとえば、ターゲットインジケータが “y” である場合にのみ、競合他社の価格と自社価格を比較することができます。

これは、[競合他社のターゲットインジケータ] のジョイント子属性としてモデル化されており、[競合他社店舗] / [店舗] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。

マルチユニットインセンティブ

マルチユニットインセンティブは、主に価格タイプ（例、2 個で 1.00、3 個で 1.45 など）として参照されます。マルチユニットインセンティブ価格設定だけを参照して、これを同じ期間の自社の価格と比較することができます。

これは、[競合他社マルチユニットインセンティブ] のジョイント子属性としてモデル化されており、[競合他社店舗] / [店舗] / [アイテム] / [売価タイプ] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。このジョイント子属性には、RTL_TYPE_KEY を利用する追加関係が確立されるという制限があります。これは、このキーが価格設定表に含められるか、または RTL_TYPE_KEY の名前が変更されて “キー” が使用されなくなるまで、[価格設定] ファクトは分類されないことを意味しています。このジョイント子属性を検索するには追加の表が必要です。

オファertype (価格タイプインジケータ)

オファertype (価格タイプインジケータ) ジョイント子属性は、競合する店舗のある時点でアイテムが通常価格かまたは特売価格であったかを示します。この属性により、競合他社の価格が特売で、自社の価格が通常であることを示すレポートを得ることができます。また、タイプでフィルタリングして、タイプ別に価格戦略を調査することができます。

これは、[競合他社マルチユニットインセンティブ] のジョイント子属性としてモデル化されており、[競合他社店舗] / [店舗] / [アイテム] / [売価タイプ] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用して照会を目的に応じて制限したりできます。このジョイント子属性には、RTL_TYPE_KEY を利用する追加関係が確立されるという制限があります。これは、このキーが価格設定表に含められるか、または RTL_TYPE_KEY の名前が変更されて “キー” が使用されなくなるまで、[価格設定] ファクトは分類されないことを意味しています。このジョイント子属性を検索するには追加の表が必要です。

価格設定

この表では、価格設定のジョイント子属性と、その詳細説明がまとめられています。

ジョイント子属性	階層	説明
販売計量単位 (UOM)	価格設定品質	販売計量単位は、指定ロケーションで指定日に販売されたアイテムの測定単位です。
まとめ売単位	価格設定品質	まとめ売単位は、指定ロケーションで指定日に販売されたアイテムの複数単位です。

まとめ売り単位/販売計量単位 (UOM)

これら 2 つの属性（一方は複数で価格設定されているアイテム用、他方は、1 単位の価格設定用）は、アイテム価格に使用する測定単位を示します。つまり、販売する際に使用するポンド、キログラム、または個数などの単位です。これらの単位は、販売するときのアイテムの売値が表示されるときレポートに表示されます。これにより、アイテムが正しく販売されているかどうか知ることができます（たとえば、スイカを 1 ポンドあたり 99 セントで販売するのと、1 個 99 セントで販売するのでは、価格がまったく異なります）。

これは、[まとめ売単位] と [販売計測単位 (UOM)] の 2 つのジョイント子属性としてモデル化されており、[競合他社店舗] / [店舗] の関係を確立します。このジョイント子属性をテンプレートに表示したり、フィルタで使用する照会を目的に応じて制限したりできます。このジョイント子属性には、RTL_TYPE_KEY を利用する追加関係が確立されるという制限があります。これは、このキーが価格設定表に含められるか、または RTL_TYPE_KEY の名前が変更されて “キー” が使用されなくなるまで、[価格設定] ファクトは分類されないことを意味しています。このジョイント子属性を検索するには追加の表が必要です。

付録 C 時間変換

変換可能な属性は、既存の属性に関連する属性カテゴリに変換または変更する役割を持つ属性です。たとえば、“指定日までの週”という変換可能な属性は、“日”という基本属性を使用して構築されています。この属性は、明確なある時点を以前の週、月、年などそれぞれの期間の対応する同じ時点と関連付けます。変換は、“指定日までの週”を、日の属性の値に達するすべての日として割り当てます。変換には、多対多マッピングが含まれます。

変換可能な属性は、既存の属性に関連する属性カテゴリに変換または変更する役割を持つ属性です。これは、変換表つまりオリジナル属性から変換属性へマッピングする関係表を使用することにより行われます。たとえば、[前年] 変換属性は、変換表 `TIME_LAST_YR_BY_DAY_DM` により、属性の [日] から生成されます。変換属性は、既存の属性に特定の関係を指定したり、定義したりするのに便利です。たとえば、[売上メトリック] と [売上 (前年)] は ([前年]、[日]) または ([前年]、[週]) の時間変換属性を使用して定義することができます。

変換のタイプ

変換には 2 つのタイプがあります。

- 1 指定日累計変換。これは多対多マッピングです。たとえば、“指定日までの週”には、日の属性の値に達するすべての日が含まれます。多対多マッピングの詳細については、次の表を参照してください。

DAY_IDNT	WTD_DAY_IDNT
1999001	1999001
1999002	1999001
1999002	1999002
1999003	1999001
1999003	1999002
1999003	1999003
...	...

DAY_IDNT 199902 は、多数の WTD_DAY_IDNT (199901 および 199902) にマッピングされています。また、WTD_DAY_IDNT 199902 は、多数の DAY_IDNT (199902 および 199903) にマッピングされています。このように、多対多マッピングが実行されます。

- 2 ある期間をその前の期間、その後の期間、または将来の期間へのマッピング。これは 1 対 1 マッピングです。たとえば、“前年”により、ある時点が前年の対応する同じ時点に関連付けられます。1 対 1 マッピングの詳細については、次の表を参照してください。

DAY_IDNT	LAST_YR_DAY_IDNT
1997001	1996001
1997002	1996002
1997003	1996003
...	...

DAY_IDNT 199701 は LAST_YR_DAY_IDNT (1996001) 1 つにマッピングされています。また、LAST_YR_DAY_IDNT 1996001 も DAY_IDNT (1997001) 1 つにマッピングされています。

時間変換属性の使用

変換可能な属性は、時間ベースで比較する際にしばしば使用されます。この属性がメトリックに組み込まれると、類似する期間の業績を分析することができます。

変換を使用することにより、日と週レベルの両方で照会パフォーマンスを上げることができます。また、変換は、ファクトデータが日レベルではなく、週レベルでのみ利用可能である場合にも役立ちます。

属性リスト

次の表は、時間暦階層に含まれる変換属性とその説明の一覧です。各属性のマッピングについては、この章の後にある「属性マッピング」の項を参照してください。

属性	説明
前期	この変換は、選択した期間に関して、対応する前期のファクトデータを返します。
前週	この変換は、選択した期間に関して、対応する前週のファクトデータを返します。
前年	この変換は、選択した期間に関して、対応する前年のファクトデータを返します。
LFL 前年	この変換は、選択した期間に関して、対応する前年のファクトデータを返します。
来年	この変換は、選択した期間に対応する来年のファクトデータを返します。
指定日までの期間	この変換は、選択した期間に対応する指定日までの期間のファクトデータを返します。
指定日までの計画シーズン	この変換は、選択した期間に対応する指定日までの計画シーズンのファクトデータを返します。
指定日までのシーズン	この変換は、選択した期間に対応する指定日までのシーズンのファクトデータを返します。
指定日までの週	この変換は、選択した期間に対応する指定日までの週のファクトデータを返します。
指定日までの年	この変換は、選択した期間に対応する指定日までの年のファクトデータを返します。

属性マッピング

前月における日

DAY_IDNT	LAST_YR_DAY_IDNT
1997001	1996337
1997002	1996338
1997003	1996339
...	...
1997365	1997337
1997366	1997338
...	...
19997371	1997343
1998001	1997344
1998002	1997345
...	...
1998364	1998336

前月における週

WK_IDNT	LAST_MTH_WK_IDNT
199701	199649
199702	199650
199703	199651
...	...
199752	199748
199753	199749
199801	199750
199802	199751
199803	199752
199804	199753
199805	199801

WK_IDNT	LAST_MTH_WK_IDNT
...	...
199852	199848

前週における日

DAY_IDNT	LAST_WK_DAY_IDNT
1997001	1996358
1997002	1997359
..	..
1997365	1997358
1997366	1997359
..	..
1997371	1997364
1998001	1997365
..	..
1998007	1997371
1998008	1999001
...	...
1998364	19997357

前週における週

WK_IDNT	LAST_WK_WK_IDNT
199701	199652
199702	199701
199703	199702
...	...
199752	199751
199753	199752
...	...
199801	199753
199802	199801

WK_IDNT	LAST_WK_WK_IDNT
...	...
199852	199851

前年における日

DAY_IDNT	LAST_YR_DAY_IDNT
1997001	1996001
1997002	1996002
1997003	1996003
...	...
1997365	1997001
1997366	1997002
...	...
1997371	1997007
1998001	1997008
1998002	1997009
...	...
1998364	19997371

前年における週

DAY_IDNT	LAST_YR_DAY_IDNT
199701	199601
199702	199602
199703	199603
...	...
199752	199652
199753	199701
...	...
199801	199708
199802	199709
...	...
199852	199753

来年における日

DAY_IDNT	NEXT_YR_DAY_IDNT
1997001	1997365
1997002	1997366
..	..
1997007	1997371
..	..
1997365	1998358
1997366	1998359
...	...
1997371	1998364
1998001	1999001
...	...
1998364	1999364

来年における週

DAY_IDNT	NEXT_YR_DAY_IDNT
199701	199753
199702	199801
199703	199802
...	...
199752	199851
199753	199852
...	...
199801	199901
199802	199902
...	...
199852	199952

指定日までの月における日

DAY_IDNT	MTD_DAY_IDNT
1999001	1999001
1999002	1999001
1999002	1999002
1999003	1999001
1999003	1999002
1999003	1999003
...	...

指定日までの月における週

WK_IDNT	MTD_WK_IDNT
199901	199901
199902	199901
199902	199902
199903	199901
199903	199902
199903	199903
...	...

指定日までの週における日

DAY_IDNT	WTD_DAY_IDNT
1999001	1999001
1999002	1999001
1999002	1999002
1999003	1999001
1999003	1999002
1999003	1999003
...	...

指定日までの年における日

DAY_IDNT	YTD_DAY_IDNT
19990001	19990001
19990002	19990001
19990002	19990002
19990003	19990001
19990003	19990002
19990003	19990003
...	...

指定日までの年における週

WK_IDNT	YTD_WK_IDNT
199901	199901
199902	199901
199902	199902
199903	199901
199903	199902
199903	199903
...	...

付録 D 技術上の注意点

VLDB プロパティ

VLDB プロパティを使用して、MicroStrategy エンジンによって生成される SQL をカスタマイズすることができます。VLDB プロパティは、次の理由で非常に重要です。

- VLDB プロパティはデータベースエンジンの完全コントロールを許可する。
- データベースが構文と最適化の点で異なっている。
- VLDB プロパティはデータモデルの特別な要求を処理する。

VLDB 設定は、9 つのカテゴリに分かれています。MicroStrategy は、サポートする各データベースに VLDB 設定を提供します。MicroStrategy の VLDB 設定の既定値は、『MicroStrategy 管理者ガイド』の付録 C に一覧で示されています。

いくつかの VLDB 設定は、データベースパフォーマンスを最適化するために RDW 用に変更されています。次に、設定の変更をプラットフォーム別に示します。

Oracle

- [メトリック] / [NULL チェック] — 既定値が “一時表結合のみで NULL をチェックする” から “すべての照会で NULL をチェックする” に変更されました。これにより、NULL の計算で一貫性が保たれます。

DB2

- [メトリック] / [NULL チェック] — 既定値が “一時表結合のみで NULL をチェックする” から “すべての照会で NULL をチェックする” に変更されました。これにより、NULL の計算で一貫性が保たれます。

Teradata

- [メトリック] / [NULL チェック] — 既定値が “一時表結合のみで NULL をチェックする” から “すべての照会で NULL をチェックする” に変更されました。これにより、NULL の計算で一貫性が保たれます。
- [結合] / [結合タイプ] — 既定値が “SQL 89 Inner Join および SQL 92 Outer Join” から “Join 92” に変更されました。この変更により、結合した表の検索条件で一部のレポートが不正なカラム参照を行うエラーが修正されました。
- [Pre/Post 文] / [レポート Pre 文 1] — 文 “database RDW10DM” を含むように更新されました。RDW10DM は、データウェアハウスの所有者になります。これにより、SYS ユーザーから DM ユーザーに同義語が移動します。
- [表] / [表の接頭文字] — 文 “RDW10SYS.” を含むように更新されました。RDW10SYS は中間層システムユーザーになります。これにより、マルチパス SQL 用に作成されたテンプレート表の位置が決定されます。

データベースの固有の構文

通常、データベースオブジェクトは、プラットフォーム間の互換性を維持できるように定義されています。ただし、いくつかのオブジェクトは、プラットフォーム固有の問題に対処するために変更が加えられています。

メトリック

特売日数

(Oracle, TD) ApplySimple("Case When #1 is Null Then (#2-#0) Else (#1-#0) End", Min([特売開始日]@ID), Max([特売終了日]@ID), Max([カレンダー日]@ID)) {~}

(DB2) ApplySimple("Case When #1 is Null Then (DAYS(#2)-DAYS(#0)) Else (DAYS(#1)-DAYS(#0)) End", Min([特売開始日]@ID), Max([特売終了日]@ID), Max([カレンダー日]@ID)) {~}

期間開始日 — 店舗開始日

(Oracle, TD) ApplySimple("Case When #1 is Null Then (#0-#2) Else (#0-#1) End", [期間開始日], [店舗開始日], [期間開始日])

(DB2) ApplySimple("Case When #1 is Null Then (DAYS(#0)-DAYS(#2)) Else (DAYS(#0)-DAYS(#1)) End", [期間開始日], [店舗開始日], [期間開始日])

閉店日 — 期間終了日

(Oracle, TD) ApplySimple("Case When #0 is Null Then ((#1-#2)+1) Else (#0-#2) End", [閉店日], [期間終了日], [期間終了日])

(DB2) ApplySimple("Case When #0 is Null Then ((DAYS(#1)-DAYS(#2))+1) Else (DAYS(#0)-DAYS(#2)) End", [閉店日], [期間終了日], [期間終了日])

最新購入日

(Oracle, TD) ApplySimple("#1 - #0", [日の日付], Max([カレンダー日]@ID) [[時間暦]])

(DB2) ApplySimple("(Days (#1) - Days (#0))", [日の日付], Max([カレンダー日]@ID) [[時間暦]])

最新購入日（顧客）

(Oracle, TD) ApplySimple("(#1 - #0)", [日の日付 (顧客)(MO)],
Max([カレンダー日]@ID) [[時間暦]])

(DB2) ApplySimple("(Days (#1) - Days (#0))", [日の日付 (顧客)(MO)],
Max([カレンダー日]@ID) [[時間暦]])

年別最新購入日

(Oracle, TD) ApplySimple("(#1 - #0)", [日の日付], Max([カレンダー日]@ID)
[[時間暦]])

RDW 10 (DB2) ApplySimple("(Days (#1) - Days (#0))", [日の日付],
Max([カレンダー日]@ID) [[時間暦]])

属性

年齢

(Oracle, TD) ApplySimple("extract (year from current_date) - extract (year
from #0) ", [CUST_DT_OF_BIRTH])

(DB2) ApplySimple("year (current date) - (year(#0))", [CUST_DT_OF_BIRTH])

ファクト

F_CMPTR_RECD_AGE

(Oracle, TD) ApplySimple("(CURRENT_DATE - #0)", [F_CMPTR_RECD_AGE])

*新しいカラムエイリアス - F_COUNT_DAYS (Numeric 6,0)

(DB2) ApplySimple("Days (CURRENT DATE) - Days (#0)",
[F_CMPTR_RECD_AGE])

*新しいカラムエイリアス - F_COUNT_DAYS (Numeric 6,0)

データベース精度のロス (DB2)

問題点

DB2 は、10 進除算の位取りが負になると、エラーを返します (SQL0419 - "負の位取りは無効です")。

DB2 では、次のアルゴリズムを使用して 10 進除算の位取りを計算します。

$$31 - NP + NS - DS$$

略語の意味

NP は除数の精度です。

NS は被除数の位取りです。

DS は除数の位取りです。

このエラーは、10 進除算の位取りが負になるため発生します。

解決方法

この問題は、DECIMAL 機能を使用する精度と位取りを明示的に設定したカスタム SQL 照会を構築することにより解決できます。

データベース .pds ファイルは更新され、Decimal(18,2) に被除数をキャストします。

```
<FUNCTION_REF ID="8107C33FDD9911D3B98100C04F2233EA"
SQLPATTERN="(CASE #0 WHEN 0 THEN NULL ELSE CAST(#0 AS
DECIMAL(18,2))END)" />
```

この問題に関する詳細な説明および追加情報については、MicroStrategy Knowledge Base の TN041115 を参照してください。

複合メトリックにゼロが返される (Teradata)

問題点

2 つの簡単なメトリックを分割する複合メトリックにより、ゼロが返されます。この問題は、整数型データタイプを保持する 2 つの式 (関数または定数) の間で分割が実行される場合に発生します。たとえば、[Count] メトリックは常に整数を返します。除数が被除数より小さい場合、ゼロが返されます。

解決方法

この問題は、浮動小数点のデータタイプを返すようにデータベースを設定することによって解決できます。

(Teradata)

データベース .pds ファイルは更新され、Decimal(18,2) に被除数をキャストします。

```
<FUNCTION_REF ID="8107C33FDD9911D3B98100C04F2233EA"
SQLPATTERN="(CASE #0 WHEN 0 THEN NULL ELSE CAST(#0 AS
DECIMAL(18,2))END)" />
```

付録 E - 商品ワークベンチメトリックリスト

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
1 次距離の率	このメトリックでは、割り当てられた 1 次距離の合計に対する 1 次距離の貢献度比率を計算します。	$([1 \text{ 次距離}] / [1 \text{ 次距離の合計}])$
1 次距離の率 (前年)	このメトリックでは、前年に割り当てられた 1 次距離の合計に対する 1 次距離の貢献度比率を計算します。	$([1 \text{ 次距離 (前年)}] / [1 \text{ 次距離の合計 (前年)}])$
ACV 加重平均流通率	このメトリックは、全商品量 (ACV) によって重みをつけて、製品を在庫している店舗の割合を計算します。	[ACV 加重平均流通率]
BOC 合計単位	このメトリックは契約の合計単位残高を計算します。	$(\text{契約数量} - \text{契約発注量})$
BOC 合計額	このメトリックは契約残高の基準売上額を計算します。	$((\text{契約数量} - \text{契約発注量}) * \text{平均契約原価高})$
BOH 供給の週数	このメトリックは週単位の売上高に対する当初在庫額の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / (\text{売上高} / \text{売上の週数}))$
BOH 供給の週数 (前年)	このメトリックは前年の週単位の売上高に対する当初在庫額の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / ((\text{売上高 (前年)} / [\text{売上の週数 (前年)}]))$
BOH 単位	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫単位数を計算します。	手持ち在庫数量
BOH 原価高	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
BOH 原価高 (前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
BOH 売価高	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
BOH 売価高 (カンパニー)	このメトリックは、カンパニーレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (カンパニー、前年)	このメトリックはカンパニーレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (クラス)	このメトリックは、クラスレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (クラス、前年)	このメトリックは、前年のクラスレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (グループ)	このメトリックは、グループレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (グループ、前年)	このメトリックはグループレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックは、ディヴィジョンレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)	このメトリックはディヴィジョンレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (デパートメント)	このメトリックは、デパートメントレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
BOH 売価高（デパートメント、前年）	このメトリックはデパートメントレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高（前年）	このメトリックは前年の選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高（年累計）	このメトリックは選択した期間開始時の年累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高（年累計、前年）	このメトリックは前年の選択した期間開始時の年累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高（月累計）	このメトリックは選択した期間開始時の期間累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高（月累計、前年）	このメトリックは前年の選択した期間開始時の期間累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高（計画シーズン累計）	このメトリックは選択した期間開始時の計画シーズン累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックは前年の選択した期間開始時の計画シーズン累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高のオリジナル計画に対する変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高}] - [オリジナル計画 \text{ BOP 売価高}])}{[オリジナル計画 \text{ BOP 売価高}]}$
BOH 売価高の前年比変更率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高}] - [BOH \text{ 売価高 (前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (前年)}]}$
BOH 売価高の前年比変更率（年累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までの年計画変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (年累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (年累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (年累計、前年)}]}$
BOH 売価高の前年比変更率（月累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (月累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (月累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (月累計、前年)}]}$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
BOH 売価高の前年比変更率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計、前年)}]}$
BOH 売価高の現行計画比変動率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の計画に対する変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高}] - [現行計画 BOP \text{ 売価高}])}{[現行計画 BOP \text{ 売価高}]}$
EOH クリアランス売価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫のクリアランス売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 単位	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（前日）	このメトリックでは、前日に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（前週）	このメトリックでは、前週末手持ち在庫を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（合計）	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（時間、組織）	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 原価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
EOH 原価高（合計）	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
EOH 原価高（合計）（前年）	このメトリックでは、前年の選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
EOH 売価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高 (カンパニー)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、カンパニーレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (カンパニー、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、カンパニーレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (グループ)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、グループレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (グループ、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、グループレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、ディヴィジョンレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、ディヴィジョンレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (デパートメント)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、デパートメントレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (デパートメント、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、デパートメントレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高 (前日)	このメトリックでは、前日に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前週)	このメトリックでは、前週に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前週) (前年)	このメトリックでは、前週と前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (合計)	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (合計) (前年)	このメトリックでは、前年の選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの年売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (年累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの年売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (月累計)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの期間の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (月累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の、指定日までの期間売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高に対するクリアランスの貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価総額に対するクリアランス手持ち在庫の売価額の貢献度を計算します。	$([\text{EOH クリアランス売価高}] / [\text{EOH 売価高}])$
EOH 売価高に対する特売の貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価高の合計に対する特売手持ち在庫の売価高の貢献度を計算します。	$([\text{EOH 特売価格}] / [\text{EOH 売価高}])$
EOH 売価高に対する通常の貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価高の合計に対する通常手持ち在庫の売価高の貢献度を計算します。	$([\text{EOH 通常売価高}] / [\text{EOH 売価高}])$
EOH 売価高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高のオリジナル計画に対する変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高}] - [\text{オリジナル計画 EOP 売価高}]) / [\text{オリジナル計画 EOP 売価高}])$
EOH 売価高の前年比変更率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高}] - [\text{EOH 売価高 (前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (前年)}])$
EOH 売価高の前年比変更率 (年累計)	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年に対する指定日までの年計画変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高 (年累計)}] - [\text{EOH 売価高 (年累計、前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (年累計、前年)}])$
EOH 売価高の前年比変更率 (月累計)	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高 (月累計)}] - [\text{EOH 売価高 (月累計、前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (月累計、前年)}])$
EOH 売価高の前年比変更率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{EOH 売価高 (計画シーズン累計、前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (計画シーズン累計、前年)}])$
EOH 売価高の現行計画比変動率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の計画に対する変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高}] - [\text{現行計画 EOP 売価高}]) / [\text{現行計画 EOP 売価高}])$
EOH 売価高の現行計画比変動率 (年累計)	このメトリックでは、終了時在庫高の現行計画に対する計画指定日までの年増加率または減少率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高 (年累計)}] - [\text{現行計画 EOP 売価高 (年累計)}]) / [\text{現行計画 EOP 売価高 (年累計)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高の現行計画比 変動率（月累計）	このメトリックでは、終了時在庫高の 現行計画に対する指定日までの期 間増加率または減少率を計算し ます。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (月累計)}] - [現行計画 \text{ EOP 売価高 (月累計)}])}{[現行計画 \text{ EOP 売価高 (月累計)}]}$
EOH 売価高の現行計画比 変動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、終了時在庫高の 現行計画に対する指定日までの シーズン計画増加率または減少率 を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}] - [現行計画 \text{ EOP 売価高 (計画シーズン累計)}])}{[現行計画 \text{ EOP 売価高 (計画シーズン累計)}]}$
EOH 特売価格	このメトリックでは、選択した期間の 終了時手持ち在庫の特売価格を 計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 通常売価高	このメトリックでは、選択した期間の 終了時手持ち在庫の通常売価高 を計算します。	手持ち在庫売価額
FDM CRMA に対する RMA 単位シェア率	このメトリックでは、FDM CRMA 売 上数量に対する市場エリアの RMA 売上数量のシェア率を計算します。	$[市場売上単位 (RMA)] / [市場売上単位 (FDM CRMA)]$
FDM CRMA に対する RMA 単位シェア率（前年）	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上数量に対する市場エリアの RMA 売上数量のシェア率を計算し ます。	$[市場売上単位 (RMA、(前年))] / [市場売上単位 (FDM CRMA、(前年))]$
FDM CRMA に対する RMA 高シェア率	このメトリックでは、FDM CRMA 売 上額に対する市場エリアの RMA 売上額のシェア率を計算します。	$[市場売上高 (RMA)] / [市場売上高 (FDM CRMA)]$
FDM CRMA に対する RMA 高シェア率（前年（週））	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上額に対する市場エリアの RMA 売上額のシェア率を計算します。	$[市場売上高 (RMA、(前年))] / [市場売上高 (FDM CRMA、(前年))]$
FDM CRMA レベルでの総市 場デパートメント売上価格 (MO) (ローカル)	このメトリックは、FDM CRMA レベル (マーケットエリアレベル 1) のすべて のデパートメントに関して、最優先通 貨による総市場売上価格を計算し ます。	[市場売上高 (ローカル)]
FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア	RMA 市場レベルを FDM CRMA 市 場レベルのすべてのカテゴリの売上 で割って、RMA から FDM CRMA まで の市場シェア高を計算します。最優 先通貨で提供されます。	$([RMA \text{ 市場売上高の合計 (MO)}] / [FDM CRMA \text{ 市場売上高の合計 (MO)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア (ローカル)	RMA 市場レベルを FDM CRMA 市場レベルのすべてのカテゴリの売上で割って、RMA から FDM CRMA までの市場シェア高を計算します。現地通貨で提供されます。	$\frac{[\text{RMA 市場売上高の合計 (MO) (ローカル)}]}{[\text{FDM CRMA 市場売上高の合計 (MO) (ローカル)}]}$
FDM CRMA 市場売上高の合計 (MO)	このメトリックは、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) における全カテゴリの合計市場売上高を最優先通貨で計算します。	市場売上高
FDM CRMA 市場売上高の合計 (MO) (ローカル)	このメトリックは、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) における全カテゴリの合計市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
GMROI	このメトリックでは、粗利益額を平均在庫仕入高で割った値に基づいて、粗利益投資収益を計算します。	$\frac{(\text{粗利益額})}{(\text{平均在庫仕入れ高})}$
GMROI (前年)	このメトリックでは、前年の粗利益額を平均在庫仕入高で割った値に基づいて、前年の粗利益投資収益を計算します。	$\frac{([\text{粗利益額 (前年)}]}{([\text{平均在庫仕入れ高 (前年)}]}$
GMROS	このメトリックでは、割り当て面積に対する粗利益収益を測定します。	$\frac{(\text{純総仕入れ原価を基にした利益})}{[1 \text{ 次距離}]}$
GMROS (前年)	このメトリックでは、割り当て面積に対する前年の粗利益収益を測定します。	$\frac{([\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)}]}{[1 \text{ 次距離 (前年)}]}$
RMA レベルでの総市場デパートメント売上価格 (MO) (ローカル)	このメトリックは、RMA レベル (マーケットエリアレベル 3) のすべてのデパートメントに関して、最優先通貨による総市場売上価格を計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
RMA 市場売上高の合計 (MO)	このメトリックは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) における全カテゴリの合計市場売上高を最優先通貨で計算します。	市場売上高
RMA 市場売上高の合計 (MO) (ローカル)	このメトリックは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) における全カテゴリの合計市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
SOH 単位 (日)	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫数量
SOH 調整単位	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫の調整数を計算します。	[SOH 調整単位]
SOH 調整原価高	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫調整の原価高を計算します。	[SOH 調整原価額]
SOH 調整売価高	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫調整の売価高を計算します。	[SOH 調整売価額]
アイテム数	このメトリックではアイテム数を数えます。	アイテム数
アイテム数 (デパートメント)	このメトリックではデパートメントのアイテム数を数えます。	アイテム数
エリアに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、エリアの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (エリア)])
エリアに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、エリアの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (エリア)])
オリジナル計画 BOP 供給の週数	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対するオリジナル計画の当初在庫高の比率を、週ベースで計算します。	([オリジナル計画 BOP 売価高] / (オリジナル計画売上高 / オリジナル計画売上の週数))
オリジナル計画 BOP 在庫仕入原価高	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、仕入原価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 在庫仕入原価額]
オリジナル計画 BOP 売価高	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (カンパニー)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、カンパニーレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画 BOP 売価高 (グループ)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、グループレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、ディヴィジョンレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (デパートメント)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、デパートメントレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (前年)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、前年度の売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの年間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (月累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの期間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 原価高 (合計)	このメトリックでは、選択期間を通して、オリジナル計画の手持ち在庫の販売原価を計算します。	[オリジナル計画 EOP 原価額]
オリジナル計画 EOP 売価高	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (カンパニー)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画 EOP 売価高 (グループ)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (デパートメント)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、デパートメントレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (前年)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (合計)	このメトリックでは、選択期間を通じたオリジナル計画の手持ち在庫について、販売高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの年間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (月累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの期間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 の前年比変動率	このメトリックでは、前年の終了時在庫高に対するオリジナル計画の終了時在庫高の増加率または減少率を計算します。	$\frac{([オリジナル計画 EOP 売価高] - [EOH 売価高 (前年)])}{[EOH 売価高 (前年)]}$
オリジナル計画 GMROI	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益高をオリジナル計画の平均在庫仕入額で割ることにより、オリジナル計画の在庫投資見返り粗利益を計算します。	$(オリジナル計画粗利益高 / オリジナル計画平均在庫仕入原価高)$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画クリアランス値 下げ高	このメトリックでは、オリジナル計画の クリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値 下げ高（前年）	このメトリックでは、前年度のオリジナ ル計画のクリアランス値下げ高を計 算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値 下げ高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年 間に関するオリジナル計画のクリア ランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値 下げ高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期 間に関するオリジナル計画のクリア ランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値 下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計 画シーズンに関するオリジナル計画 のクリアランス値下げ高を計算し ます。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画コミットメント	このメトリックでは、未承認のものを 除く、オリジナル計画の発注済みアイ テムの金額を計算します。	オリジナル計画コミットメント売価額
オリジナル計画ベンダーへの返 品単位	このメトリックでは、任意のシーズンに 関して、ベンダーへの返品が計画さ れていたアイテムのオリジナル計画の 合計数量を計算します。	オリジナル計画ベンダーへの返品数量
オリジナル計画ベンダーへの返 品売価高	このメトリックでは、任意のシーズンに 関して、ベンダーへの返品が計画さ れていたアイテムのオリジナル計画の 合計売価額を計算します。	オリジナル計画ベンダーへの返品売価額
オリジナル計画ロス売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の 不足高（ロス高）を計算します。	オリジナル計画ロス売価額
オリジナル計画値下げ率	このメトリックでは、オリジナル計画の 値下げ高をオリジナル計画の売上 高で割ることによって、オリジナル計 画の値下げ率を計算します。	(オリジナル計画値下げ高 / オリジナル計 画売上高)
オリジナル計画値下げ率（年 累計）	オリジナル計画の指定日までの年値 下げ高をオリジナル計画の指定日ま での年売上高で割ることによって、オ リジナル計画の指定日までの年総 値下げ率を計算します。	([オリジナル計画値下げ高（年累計）] / [オリジナル計画売上高（年累計）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画値下げ率（月累計）	オリジナル計画の指定日までの期間値下げ売上をオリジナル計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの期間値下げ率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高（月累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（月累計）}])$
オリジナル計画値下げ率（計画シーズン累計）	オリジナル計画の指定日までのシーズン計画値下げ売上高合計を指定日までのシーズン計画売上高で割ることで、オリジナル計画の指定日までのシーズン計画総値下げ率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高（計画シーズン累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）}])$
オリジナル計画値下げ高	このメトリックでは、クリアランス、特売および通常値下げを含むオリジナル計画の値下げ高を計算します。	$([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高} + \text{オリジナル計画特売値下げ高}] + \text{オリジナル計画通常値下げ高})$
オリジナル計画値下げ高（前年）	このメトリックでは、クリアランス、特売、および通常値下げを含む、前年度のオリジナル計画の値下げ高を計算します。	$([[\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高（前年）}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高（前年）}]] + [\text{オリジナル計画通常値下げ高（前年）}])$
オリジナル計画値下げ高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間にに関するクリアランス、特売、および通常値下げを含む、オリジナル計画の値下げ高を計算します。	$([[\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高（年累計）}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高（年累計）}]] + [\text{オリジナル計画通常値下げ高（年累計）}])$
オリジナル計画値下げ高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関するクリアランス、特売、および通常値下げを含む、オリジナル計画の値下げ高を計算します。	$([[\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高（月累計）}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高（月累計）}]] + [\text{オリジナル計画通常値下げ高（月累計）}])$
オリジナル計画値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンに関するクリアランス、特売、および通常値下げを含む、オリジナル計画の値下げ高を計算します。	$([[\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高（計画シーズン累計）}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高（計画シーズン累計）}]] + [\text{オリジナル計画通常値下げ高（計画シーズン累計）}])$
オリジナル計画値下げ高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の実際の値下げに対する今年のオリジナル計画の値下げの増加率または減少率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高（前年）}] - [\text{オリジナル計画値下げ高（前年）}]) / [\text{オリジナル計画値下げ高（前年）}]$
オリジナル計画入荷売価高	このメトリックでは、実際に入荷したアイテムのオリジナル計画の売価高を計算します。	オリジナル計画入荷売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画受取仕入原価高	このメトリックでは、入荷予定アイテムのオリジナル計画の仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原価高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に、オリジナル計画の入荷予定アイテムの仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原価高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に、オリジナル計画の入荷予定アイテムの仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズンに、オリジナル計画の入荷予定アイテムの仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取単位	このメトリックでは、オリジナル計画の受取見込み単位数を計算します。	オリジナル計画受取数量
オリジナル計画受取売価高	このメトリックでは、入荷予定アイテムのオリジナル計画の売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画受取売価高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に、オリジナル計画の入荷予定アイテムの売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画受取売価高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に、オリジナル計画の入荷予定アイテムの売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画受取売価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズンに、オリジナル計画の入荷予定アイテムの売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画在庫の週数	このメトリックでは、オリジナル計画にしたがって計画在庫がゼロより大きい週の数数を数えます。	オリジナル計画在庫の週数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画在庫回転数	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高をオリジナル計画の平均在庫高で割ることにより、オリジナル計画の在庫回転数を計算します。	(オリジナル計画売上高 / オリジナル計画平均在庫売価高)
オリジナル計画売上の週数	このメトリックでは、オリジナル計画の通常売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	オリジナル計画売上の週数
オリジナル計画売上単位	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて、オリジナル計画の売上単位の合計数を計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上単位（年累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて、指定日までの年間に関するオリジナル計画の売上単位を週別に計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上単位（月累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて、指定日までの期間に関するオリジナル計画の売上単位を週別に計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上単位（計画シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて、指定日までのシーズンに関するオリジナル計画の売上単位を週別に計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のカンパニー売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画売上高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のクラス売上高の合計を計算します。これは純返品量です。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のグループ売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のディヴィジョン売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のデパートメント売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（年累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの年間に関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（月累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの期間に関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までのシーズンに関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高に対する純売上高の貢献度比率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上に対する実際の売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / \text{オリジナル計画売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画売上高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の純売上に対するオリジナル計画の売上の増加率または減少率を週ごとに計算します。	$\frac{([オリジナル計画売上高] - [売上高(前年)])}{[売上高(前年)]}$
オリジナル計画平均在庫仕入原価高	このメトリックでは、オリジナル計画の在庫仕入原価高の平均を計算します。	$\frac{([オリジナル計画 BOP 在庫仕入原価高] + [オリジナル計画 EOP 原価高(合計)])}{(オリジナル計画在庫の週数 + 1)}$
オリジナル計画平均在庫売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の在庫高の平均を計算します。	$\frac{([オリジナル計画 BOP 売価高] + [オリジナル計画 EOP 売価高(合計)])}{(オリジナル計画在庫の週数 + 1)}$
オリジナル計画引当済在庫	このメトリックでは、オリジナル計画の期間当初の手持ち在庫をオリジナル計画の売上高で割ることにより、オリジナル計画の引当済在庫率を計算します。	$([オリジナル計画 BOP 売価高] / オリジナル計画売上高)$
オリジナル計画特売値下げ高	このメトリックでは、オリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高(前年)	このメトリックでは、前年度のオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高(年累計)	このメトリックでは、指定日までの年に関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高(月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高(計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画発注中キャンセル	このメトリックでは、オリジナル計画の発注キャンセル高を計算します。	オリジナル計画発注中キャンセル売価額
オリジナル計画発注中売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の発注高を計算します。	オリジナル計画発注売価額
オリジナル計画粗利益率	このメトリックでは、現行計画の粗利益高をオリジナル計画の売上高で割ることによって、現行計画の粗利益率を計算します。	$(オリジナル計画粗利益高 / オリジナル計画売上高)$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画粗利益率（年累計）	オリジナル計画の指定日までの年粗利益高をオリジナル計画の指定日までの年売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの年計画粗利益率を計算します。	$\frac{([オリジナル計画粗利益高（年累計）])}{([オリジナル計画売上高（年累計）])}$
オリジナル計画粗利益率（月累計）	オリジナル計画の指定日までの期間粗利益高をオリジナル計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの期間粗利益率を計算します。	$\frac{([オリジナル計画粗利益高（月累計）])}{([オリジナル計画売上高（月累計）])}$
オリジナル計画粗利益率（計画シーズン累計）	オリジナル計画の指定日までのシーズン計画粗利益高を指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	$\frac{([オリジナル計画粗利益高（計画シーズン累計）])}{([オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）])}$
オリジナル計画粗利益額の前年比変動率	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額の前年に対する増加率または減少率を計算します。	$\frac{((オリジナル計画粗利益高 - [オリジナル計画粗利益高（前年）])}{([オリジナル計画粗利益高（前年）])}$
オリジナル計画粗利益高	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高（前年）	このメトリックでは、前年度のオリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高（年累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、現行計画の指定日までの年間粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高（月累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの期間の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の計画シーズンの粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画累積値入率	このメトリックでは、オリジナル計画の累積値入率を計算します。	オリジナル計画累積値入額
オリジナル計画通常値下げ高	このメトリックでは、オリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高 (前年)	このメトリックでは、前年度に関するオリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年間に関するオリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に関するオリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、オリジナル計画の指定日までのシーズンに関する、現行計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
カテゴリに対する利益の貢献度比率 (前年) (MF)	このメトリックでは、前年のカテゴリの総利益に対する前年の利益の貢献度比率を日ごとに計算します。	$([\text{利益 (前年)}] / [\text{利益 (デパートメント、前年) MF}])$
カンパニーに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、カンパニーの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (カンパニー、前年)}])$
カンパニーに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 売価高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する EOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、カンパニーの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高 (前年)}] / [\text{EOH 売価高 (カンパニー、前年)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
カンパニーに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	(オリジナル計画売上高 / [オリジナル計画売上高 (カンパニー)])
カンパニーに対する値下げ額の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの値下げ総額に対する値下げ額の貢献度比率を計算します。	(値下げ高 / [値下げ高 (カンパニー)])
カンパニーに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (カンパニー)])
カンパニーに対する利益の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年のカンパニーの総利益に対する前年の利益の貢献度比率を週ごとに計算します。	([利益 (前年)] / [利益 (カンパニー、前年)])
カンパニーに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (カンパニー)])
カンパニーに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、カンパニーの総売上に対する売上の貢献度比率を週ごとに計算します。	([売上高 (前年)] / [売上高 (カンパニー、(前年)])
カンパニーに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([現行計画 BOP 売価高] / [現行計画 BOP 売価高 (カンパニー)])
カンパニーに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの現行計画の総売上に対する各ディヴィジョンの現行計画の売上の比率を計算します。	(現行計画売上高 / [現行計画売上高 (カンパニー)])
クラスに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、クラスの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高] / [BOH 売価高 (クラス)])
クラスに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、クラスの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高 (前年)] / [BOH 売価高 (クラス、前年)])
クラスに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	(オリジナル計画売上高 / [オリジナル計画売上高 (クラス)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
クラスに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、クラスの総売上に対する売上への貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (クラス)}])$
クラスに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、クラスの総売上に対する売上への貢献度比率を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (クラス, 前年)}])$
クラスに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、クラスの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初各手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / [\text{現行計画 BOP 売価高 (クラス)}])$
クラスに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、クラスの現行計画の総売上に対する各クラスの現行計画の売上の比率を計算します。	$(\text{現行計画売上高} / [\text{現行計画売上高 (クラス)}])$
クリアランスのパック売上高	このメトリックはクリアランスパック売上高の合計を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	パック売上額
クリアランスの値下げ高	このメトリックは純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 (前年)	このメトリックは前年の純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 (前週)	このメトリックは先週の純総クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 (年累計)	このメトリックは年開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 (当日)	このメトリックはある 1 日の純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 (月累計)	このメトリックは期間開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 (週累計)	このメトリックは週開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 VAT	このメトリックはクリアランス値下げ高の VAT 金額を計算します。	$[\text{値下げ VAT 額}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
クリアランスの利益高	このメトリックはクリアランス売上の利益を計算します。	利益額
クリアランスの売上単位	このメトリックは販売したクリアランス価格アイテムの総単位数を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
クリアランスの売上高	このメトリックはクリアランス売上高の合計を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
クリアランスパック売上比率	このメトリックでは、パック総売上に対するクリアランスパック売上の貢献度比率を計算します。これは、クリアランスのパックの比率です。	$(\text{クリアランスのパック売上高} / \text{パック売上高})$
クリアランス値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、クリアランス値下げの純売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{クリアランスの値下げ高} - [\text{クリアランスの値下げ高 (前年)}]) / [\text{クリアランスの値下げ高 (前年)}])$
クリアランス値下げ高の現行計画比変動率	このメトリックでは、計画のクリアランス値下げの純売上に対する実際のクリアランス値下げの純売上の変動率を計算します。	$((\text{クリアランスの値下げ高} - \text{現行計画クリアランス値下げ高}) / \text{現行計画クリアランス値下げ高})$
グループに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高 (グループ)}])$
グループに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (グループ、前年)}])$
グループに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 売価高 (グループ)}])$
グループに対する EOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高 (前年)}] / [\text{EOH 売価高 (グループ、前年)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
グループに対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率	このメトリックでは、選択した期間内の純総仕入れ原価を基にした総利益に対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	(純総仕入れ原価を基にした利益 / [純総仕入れ原価を基にした利益 (グループ)])
グループに対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率 (前年)	選択した期間内の純総仕入れ原価を基にしたグループの総利益に対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	([純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)] / [純総仕入れ原価を基にした利益 (グループ、前年)])
グループに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	(オリジナル計画売上高 / [オリジナル計画売上高 (グループ)])
グループに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (グループ)])
グループに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	([売上高 (前年)] / [売上高 (グループ、前年)])
グループに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([現行計画 BOP 売価高] / [現行計画 BOP 売価高 (グループ)])
グループに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの現行計画の総売上に対する各クラスの現行計画の売上の比率を計算します。	(現行計画売上高 / [現行計画売上高 (グループ)])
グループに対する総仕入れ原価の貢献度比率	このメトリックでは、グループの総仕入れ原価の合計に対する総仕入れ原価の貢献度比率を計算します。	(総仕入れ原価 / [総仕入れ原価 (グループ)])
グループに対する総仕入れ原価の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの総仕入れ原価の合計に対する総仕入れ原価の貢献度比率を計算します。	([総仕入れ原価 (前年)] / [総仕入れ原価 (グループ、前年)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
グループ売上高の貢献度率における対前年度変更率	このメトリックは今年のグループ総売上高の貢献度率の前年に対する変化を計算します。	$(\text{グループに対する売上高の貢献度比率} - [\text{グループに対する売上高の貢献度比率 (前年)}])$
グループ純総仕入れ原価の貢献度率における対前年度変更率	このメトリックはグループの純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度率の前年に対する変動を計算します。	$([\text{グループに対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率}] - [\text{グループに対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率 (前年)}])$
コミットメント合計単位	このメトリックは単位の注文時に在庫に追加される契約残高を計算します。	$(([\text{BOC 合計単位}] + \text{発注中単位}) + [\text{EOH 単位}])$
コミットメント合計額	このメトリックは契約残高単位、発注中単位、手持ち在庫単位の基準売上額を計算します。	$(([\text{BOC 合計額}] + \text{発注中売価高}) + [\text{EOH 売価高}])$
シェア単位の FDM CRMA ごとの前年比変更率	このメトリックでは、FDM CRMA 売上単位に対する RMA 売上単位のシェアについて今年と前年の間の変動率を計算します。	$((([\text{市場売上単位 (RMA)}] / [\text{市場売上単位 (FDM CRMA)}]) - ([\text{市場売上単位 (RMA、(前年))}] / [\text{市場売上単位 (FDM CRMA、(前年))}])) / ([\text{市場売上単位 (RMA、(前年))}] / [\text{市場売上単位 (FDM CRMA、(前年))}])$
シェア単位の食料品 CRMA ごとの前年比変更率	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上単位に対する RMA 売上単位のシェアについて今年と前年の間の変動率を計算します。	$((([\text{市場売上単位 (RMA)}] / [\text{市場売上単位 (食料品 CRMA)}]) - ([\text{市場売上単位 (RMA、(前年))}] / [\text{市場売上単位 (食料品 CRMA、(前年))}])) / ([\text{市場売上単位 (RMA、(前年))}] / [\text{市場売上単位 (食料品 CRMA、(前年))}])$
シェア高の FDM CRMA ごとの前年（週別）比変更率	このメトリックでは、FDM CRMA 売上高に対する RMA 売上高のシェアについて今年と前年の間の変動率を計算します。	$((([\text{市場売上高 (RMA)}] / [\text{市場売上高 (FDM CRMA)}]) - ([\text{市場売上高 (RMA、(前年))}] / [\text{市場売上高 (FDM CRMA、(前年))}])) / ([\text{市場売上高 (RMA、(前年))}] / [\text{市場売上高 (FDM CRMA、(前年))}])$
シェア高の食料品 CRMA ごとの前年比変更率	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上高に対する RMA 売上高のシェアについて今年と前年の間の変動率を計算します。	$((([\text{市場売上高 (RMA)}] / [\text{市場売上高 (食料品 CRMA)}]) - ([\text{市場売上高 (RMA、(前年))}] / [\text{市場売上高 (食料品 CRMA、(前年))}])) / ([\text{市場売上高 (RMA、(前年))}] / [\text{市場売上高 (食料品 CRMA、(前年))}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
タイムリー性評価	このメトリックは、予定時刻より早い、予定時刻どおり、予定時刻より遅い配送の割合(%)に基づいて取引先のタイムリー性評価を計算します。	$(\text{時間どおりの配送数} / ((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}))$
タイムリー性評価(前年)	このメトリックは、予定時刻より早い、予定時刻どおり、予定時刻より遅い配送の割合(%)に基づいて取引先の前年のタイムリー性評価を計算します。	$([\text{時間どおりの配送数(前年)}] / (([\text{時間どおりの配送数(前年)}] + [\text{初期配送数(前年)}] + [\text{遅延配送数(前年)}])))$
タイムリー性評価の変動	このメトリックは、前年からのタイムリー性評価の変動を計算します。	$((\text{タイムリー性評価} - [\text{タイムリー性評価(前年)}]) / [\text{タイムリー性評価(前年)}])$
ターゲットどおりの配送数	このメトリックでは、予測どおりの数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲットどおりの配送数です。	ターゲットどおりの配送数
ターゲットどおりの配送数(前年)	このメトリックでは、予測どおりの数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲットどおりの配送数です。	ターゲットどおりの配送数
ターゲット不足の配送数	このメトリックでは、予測より少ない数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲット不足の配送数です。	ターゲット不足の配送数
ターゲット不足の配送数(前年)	このメトリックでは、予測より少ない数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲット不足の配送数です。	ターゲット不足の配送数
ターゲット不足の配送率	このメトリックでは、予測を下回る数量のアイテムが入荷された配送の比率を計算します。	$(\text{ターゲット不足の配送数} / \text{配送数})$
ターゲット超過の配送数	このメトリックでは、予測より多い数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲット超過の配送数です。	ターゲット超過の配送数
ターゲット超過の配送数(前年)	このメトリックでは、予測より多い数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲット超過の配送数です。	ターゲット超過の配送数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ターゲット超過配送率	このメトリックでは、予測を超える数量のアイテムが入荷された配送の比率を計算します。	(ターゲット超過の配送数 / 配送数)
チェーンに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、チェーンの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (チェーン)])
チェーンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、チェーンレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (チェーン)])
チェーンに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、チェーン売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	([売上高 (前年)] / [売上高 (チェーン、前年)])
ディストリクトに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、ディストリクトの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (ディストリクト)])
ディストリクトに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディストリクトレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ディストリクト)])
ディヴィジョンに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高] / [BOH 売価高 (ディヴィジョン)])
ディヴィジョンに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高 (前年)] / [BOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)])
ディヴィジョンに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	([EOH 売価高] / [EOH 売価高 (ディヴィジョン)])
ディヴィジョンに対する EOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	([EOH 売価高 (前年)] / [EOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)])
ディヴィジョンに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	(オリジナル計画売上高 / [オリジナル計画売上高 (ディヴィジョン)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ディヴィジョンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (ディヴィジョン)}])$
ディヴィジョンに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの総売上に対する売上の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (ディヴィジョン、(前年))}])$
ディヴィジョンに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / [\text{現行計画 BOP 売価高 (ディヴィジョン)}])$
ディヴィジョンに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの現行計画の総売上に対する各クラスの現行計画の売上の比率を計算します。	$(\text{現行計画売上高} / [\text{現行計画売上高 (ディヴィジョン)}])$
デッド ネット コスト	このメトリックは取引先のデッドネットコストを計算します。これは最優先通貨で格納されます。	デッドネットコスト額
デッドネットコスト (ローカル)	このメトリックは取引先のデッドネットコストを計算します。これは現地通貨で格納されます。	[デッドネットコスト額 (ローカル)]
デッドネットコスト (前月)	このメトリックは、前期について取引先のデッドネットコストを計算します。これは最優先通貨で格納されます。	デッドネットコスト額
デッドネットコストの前月比変更率	このメトリックでは、デッドネットコストについて今期と前期の間の変動を計算します。	$(([\text{デッド ネット コスト}] - [\text{デッドネットコスト (前月)}]) / [\text{デッドネットコスト (前月)}])$
デッドネットコストの比較 (前月)	このメトリックは、取引先のデッドネットコストの今期と前期の差を計算します。	$([\text{デッド ネット コスト}] - [\text{デッドネットコスト (前月)}])$
デッドネットコストを基にした利益 (MF)	選択期間のデッドネットコストの取引先利益を通常、特売、クリアランス売上と取引先デッドネットを基に最優先通貨で計算します。メトリックとフィルタ(MF)のみ考慮します。	デッドネット利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
デッドネットコストを基にした利益に対する貢献度比率 (MF)	選択した期間内のデッドネットコストを基にした総利益に対する、デッドネットコストを基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{デッドネットコストを基にした利益} / [\text{デッドネットコストを基にした利益 (MF)}])$
デッドネットコストを基にした利益率	このメトリックでは、総売上に対するデッドネット利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{デッドネットコストを基にした利益} / \text{売上高})$
デパートメント RMA から FDM CRMA までの市場シェア	RMA 市場レベルを FDM CRMA 市場レベルのデパートメントの売上で割って、RMA から FDM CRMA までの市場シェア高を計算します。最優先通貨で提供されます。	$([\text{市場売上高 (市場カテゴリ、RMA)}] / [\text{市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA)}])$
デパートメント RMA から FDM CRMA までの市場シェア (ローカル)	RMA 市場レベルを FDM CRMA 市場レベルのデパートメントの売上で割って、RMA から FDM CRMA までの市場シェア高を計算します。現地通貨で提供されます。	$([\text{市場売上高 (市場カテゴリ、RMA) (ローカル)}] / [\text{市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA) (ローカル)}])$
デパートメントに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高 (デパートメント)}])$
デパートメントに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高 (前年)}] / [\text{EOH 売価高 (デパートメント、前年)}])$
デパートメントに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 売価高 (デパートメント)}])$
デパートメントに対する EOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの期末手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (デパートメント、前年)}])$
デパートメントに対する、基準原価を基にした利益の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントレベルでの基準原価を基にした総利益に対する、基準原価を基にした利益の貢献度比率を、フィルタ基準を考慮して計算します。	$(\text{基準原価を基にした利益} / [\text{基準原価を基にした利益 (デパートメント)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
デパートメントに対する、純総仕入原価を基にした利益の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントレベルでの純総仕入原価を基にした総利益に対する、純総仕入原価を基にした利益の貢献度比率を、フィルタ基準を考慮して計算します。	(純総仕入原価を基にした利益 / [純総仕入原価を基にした利益 (デパートメント)])
デパートメントに対する、総仕入原価を基にした利益の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントレベルでの純仕入原価を基にした総利益に対する、純仕入原価を基にした利益の貢献度比率を、フィルタ基準を考慮して計算します。	(総仕入原価を基にした利益 / [総仕入原価を基にした利益 (デパートメント)])
デパートメントに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	(オリジナル計画売上高 / [オリジナル計画売上高 (デパートメント)])
デパートメントに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (デパートメント)])
デパートメントに対する利益の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、デパートメントの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (デパートメント) MF])
デパートメントに対する利益の貢献度比率 (ローカル)	このメトリックでは、返品による利益減を含むデパートメントの総利益に対する利益の貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	([利益 (ローカル)] / [利益 (デパートメント) (ローカル)])
デパートメントに対する利益の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年のデパートメントの総利益に対する前年の利益の貢献度比率を週ごとに計算します。	([利益 (前年)] / [利益 (デパートメント、前年)])
デパートメントに対する受取単位の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、デパートメントレベルにおける受取総数量に対する取引先受取数量の貢献度比率を計算します。	(受取単位 / [受取単位 (デパートメント) (MO)])
デパートメントに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (デパートメント)])
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (デパートメント) (MF)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
デパートメントに対する売上高の貢献度比率（ローカル）	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([売上高（ローカル）] / [売上高（デパートメント）（ローカル）])$
デパートメントに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの総売上に対する売上の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([売上高（前年）] / [売上高（デパートメント、前年）])$
デパートメントに対する売上高の貢献度比率（前年）(MF)	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの総売上に対する売上の貢献度比率を日ごとに計算します。	$([売上高（前年）] / [売上高（デパートメント、前年）(MF)])$
デパートメントに対する契約発注原価高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの契約発注原価高の合計に対する各契約発注原価高の比率を計算します。	$([契約発注原価高] / [契約発注原価高（デパートメント）])$
デパートメントに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([現行計画 BOP 売価高] / [現行計画 BOP 売価高（デパートメント）])$
デパートメントに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの現行計画の総売上に対する各クラスの現行計画の売上の比率を計算します。	$([現行計画売上高] / [現行計画売上高（デパートメント）])$
デパートメントシェアの変動	このメトリックは、同じ市場レベルで比較されるときに、あるデパートメントの市場シェアとすべてのデパートメントの市場シェアの間の変動を計算します。このメトリックは、最優先通貨で提供されます。	$([FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア] - [デパートメント RMA から FDM CRMA までの市場シェア])$
デパートメントシェアの変動（ローカル）	このメトリックは、同じ市場レベルで比較されるときに、あるデパートメントの市場シェアとすべてのデパートメントの市場シェアの間の変動を計算します。このメトリックは、現地通貨で提供されます。	$([FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア（ローカル）] - [デパートメント RMA から FDM CRMA までの市場シェア（ローカル）])$
バック従業員割引高	このメトリックでは、バック売上の従業員割引額を計算します。	バック従業員割引額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
バック従業員割引高（ローカル）	このメトリックでは、バック売上の従業員割引額を現地通貨で計算します。	$[\text{バック従業員割引額（ローカル）}]$
バック利益	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売バック売上に基づく総利益を、バックの返品による利益減を含めて計算します。	バック利益額
バック利益（バック）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売バック売上に基づく総利益を、バックの返品による利益減を含めてバックレベルで計算します。	バック利益額
バック利益に対する構成アイテムの平均貢献度	このメトリックは、バックの一部として販売されたときのアイテムおよび単位あたり利益を返品による利益減も含めて計算します。	$(\text{バック利益} / \text{バック売上単位})$
バック利益に対する構成アイテムの貢献度比率	このメトリックでは、バックの一部として販売している場合に各アイテムの各単位によって発生する返品による利益減を含む利益を計算します。	$(\text{バック利益} / [\text{バック利益（バック）}])$
バック売上単位	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売バック売上単位数の合計を計算します。	バック売上数量
バック売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売バック売上の合計高を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	バック売上額
バック売上高（シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズンに関する通常、クリアランス、および特売バック売上の合計を計算します。	バック売上額
バック売上高（シーズン累計、(前年)）	このメトリックでは、前年度の指定日までのシーズンに関する通常、クリアランス、および特売バック売上の合計を計算します。	バック売上額
バック売上高（バック）	このメトリックでは、バックレベルでの通常、クリアランス、および特売バック売上の合計を計算します。	バック売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
パック売上高（前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売パック売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	パック売上額
パック売上高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（年累計、(前年)）	このメトリックでは、前年度の指定日までの年間に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（月累計、(前年)）	このメトリックでは、前年度の指定日までの期間に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高に対する構成アイテムの平均貢献度	このメトリックは、パックの一部として販売されたときのアイテムおよび単位あたり売上高を計算します。	$(\text{パック売上高} / \text{パック売上単位})$
パック売上高に対する構成アイテムの貢献度比率	このメトリックでは、所属するパックの総売上に対する構成アイテムの貢献度比率を計算します。	$(\text{パック売上高} / [\text{パック売上高 (パック)}])$
パック売上高の前年 年累計 比変更率	このメトリックでは、指定日までの年パック売上の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{パック売上高 (年累計)}] - [\text{パック売上高 (年累計、(前年))}] / [\text{パック売上高 (年累計、(前年))}])$
パック売上高の前年シーズン累計 比変更率	このメトリックでは、指定日までのシーズンパック売上の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{パック売上高 (シーズン累計)}] - [\text{パック売上高 (シーズン累計、(前年))}] / [\text{パック売上高 (シーズン累計、(前年))}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
パック売上高の前年月累計 比変更率	このメトリックでは、指定日までの期間パック売上の前年からの変動率を計算します。	$\frac{([パック売上高 (月累計)] - [パック売上高 (月累計、(前年))])}{[パック売上高 (月累計、(前年))]}$
パック売上高前年比率	このメトリックでは、パック売上高の前年からの変動率を計算します。	$\frac{([パック売上高] - [パック売上高 (前年)])}{[パック売上高 (前年)]}$
フェイスング割り当ての合計	このメトリックは陳列フェイス数をカウントします。	フェイスングの合計
ランニング予測売上単位	このシステムメトリックでは、ランニング予測売上数量を計算します。	RunningSum(予測売上数量)
ランニング予測売上高	このシステムメトリックでは、ランニング予測売上高を計算します。	RunningSum(予測売上額)
リージョンに対する利益の貢献 度比率	このメトリックでは、リージョンの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	$([利益] / [利益 (リージョン)])$
リージョンに対する売上高の貢 献度比率	このメトリックでは、リージョンレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([売上高] / [売上高 (リージョン)])$
ロケーションに対する売上単位 の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([売上単位] / [売上単位 (ロケーション、日) (MF)])$
ロケーションに対する売上高の 貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([売上高] / [売上高 (ロケーション、日) (MF)])$
ロケーションに対する売上高の 貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内に処理されたロケーションの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([売上高] / [売上高 (ロケーション、時間暦) (MO)])$
ロケーションに対する返品額の 貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内にあるロケーションで返品されたアイテムの総額に対する返品額の貢献度比率を計算します。	$([返品高] / [返品高 (ロケーション、時間暦) (MO)])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ロケーション別売上高の前年比変更率（ローカル）	このメトリックでは、店舗ごとの平均売上の前年からの変動率を週ごとに計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$\frac{(((\text{売上高（ローカル）} / \text{売上の店舗数}) - (\text{売上高（前年）（ローカル）} / \text{売上の店舗数（前年）})))}{(\text{売上高（前年）（ローカル）} / \text{売上の店舗数（前年）})}$
不合格品質管理単位	このメトリックでは、入荷後、品質管理検査で不合格になったアイテムの合計数を計算します。	不合格品質管理単位
不合格品質管理単位（前年）	このメトリックでは、入荷後、品質管理検査に不合格となったアイテムの前年の合計数を計算します。	不合格品質管理単位
不明な発注配送の数	このメトリックでは、発注書の納期が過ぎている不明な配送の総数を計算します。これは不明な発注配送の数です。	不明な発注配送の数
不明な発注配送の数（前年）	このメトリックでは、発注書の納期が過ぎている前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な発注配送の数です。	不明な発注配送の数
不明な発送配送の数	このメトリックでは、予測発送どおり発送されなかった不明な配送の総数を計算します。これは不明な出荷配送の数です。	[不明な ASN 配送の数]
不明な発送配送の数（前年）	このメトリックでは、予測発送どおり発送されなかった前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な発送配送の数です。	[不明な ASN 配送の数]
不明な発送配送の比率	このメトリックでは、不明な発送により予測される配送の比率を計算します。	$(\text{不明な発送配送の数} / \text{予測配送数})$
不明な計画配送の数	このメトリックでは、予測計画配送どおり届かなかった不明な配送の総数を計算します。これは不明な計画配送の数です。	不明な計画配送の数
不明な計画配送の数（前年）	このメトリックでは、予測計画配送どおり届かなかった前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な計画配送の数です。	不明な計画配送の数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
不明な配送の数	このメトリックでは、スケジュール、発注日、出荷予告通知に基づいて入荷予定であったが入荷しなかった配送の総数を計算します。これは不明な配送の数です。	$((\text{不明な発送配送の数} + \text{不明な発注配送の数}) + \text{不明な計画配送の数})$
不明な配送の数（前年）	このメトリックでは、スケジュール、発注日、出荷予告通知に基づいて入荷する予定であったが入荷しなかった前年の配送の総数を計算します。これは前年の不明な配送の数です。	$(([\text{不明な発送配送の数（前年）}] + [\text{不明な発注配送の数（前年）}]) + [\text{不明な計画配送の数（前年）}])$
不明な配送の比率	このメトリックでは、計画、発注日、または発送通知に従って届かなかった配送の比率を計算します。	$(\text{不明な配送の数} / \text{予測配送数})$
不適切な配送の数	このメトリックでは、未発注アイテムが入荷した配送の総数を計算します。これは不適切な配送の数です。	不適切な配送の数
不適切な配送の数（前年）	このメトリックでは、未発注アイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の不適切な配送の数です。	不適切な配送の数
不適切な配送の比率	このメトリックでは、発注していない数量のアイテムが入荷された不適切な配送の比率を計算します。	$(\text{不適切な配送の数} / \text{配送数})$
予定外の配送数	このメトリックでは、予定外に入荷した配送の総数を計算します。これは予定外の配送数です。	予定外の配送数
予測売上単位	このメトリックでは、予測売上数量を計算します。	予測売上数量
予測売上高	このメトリックでは、予測売上額を計算します。	予測売上額
予測売上高に対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、予測売上高に対する実際の売上高の変動率を計算します。	$(\text{売上高} / \text{予測売上高})$
予測配送数	このメトリックでは、合計予測配送数を、取引先スケジュール、発注日、および出荷予告通知に基づいて計算します。	$((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}) + \text{不明な配送の数})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
予測配送数（前年）	このメトリックでは、前年の合計予測配送数を、取引先スケジュール、発注日、および出荷予告通知に基づいて計算します。	$((\text{時間どおりの配送数（前年）}) + [\text{初期配送数（前年）}] + [\text{遅延配送数（前年）}] + [\text{不明な配送の数（前年）}])$
仕入予算（BOH）	このメトリックでは、現行計画の在庫レベルを超過せずに在庫として入荷できる商品の数量を、実際の期間当初の在庫を使用して計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] - [\text{見積 EOP 在庫額（BOH）}])$
仕入予算（現行計画 BOP）	このメトリックでは、現行計画の在庫レベルを超過せずに在庫として入荷できる商品数を、現行計画の期間当初の在庫を使用して計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] - [\text{見積 EOP 在庫額（現行計画 BOP）}])$
供給されたデパートメントアイテムの比率	このメトリックでは、主要取引先によって供給されたデパートメントアイテムの比率を計算します。	$(\text{供給アイテム数} / [\text{アイテム数（デパートメント）}])$
供給アイテム数	このメトリックでは、主要取引先から供給されたアイテム数を計算します。	アイテム数
値下げ VAT 高	このメトリックでは、クリアランス、特売、および通常の値下げの VAT 額を計算します。	[値下げ VAT 額]
値下げ率	このメトリックでは、値下げ高を純売上高で割ることによって総値下げ率を計算します。	$(\text{値下げ高} / \text{売上高})$
値下げ率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、値下げ高を純売上高で割ることによって総値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高（前年）}] / [\text{売上高（前年）}])$
値下げ率（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年純値下げ高を指定日までの年純売上高で割ることによって、指定日までの年純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高（年累計）}] / [\text{売上高（年累計）}])$
値下げ率（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年純値下げ高を指定日までの年純売上高で割ることによって、指定日までの年純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高（年累計、前年）}] / [\text{売上高（年累計、前年）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
値下げ率（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間純値下げ高を指定日までの期間純売上高で割ることによって、指定日までの期間純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (月累計)}] / [\text{売上高 (月累計)}])$
値下げ率（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間純値下げ高を指定日までの期間純売上高で割ることによって、指定日までの期間純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (月累計、前年)}] / [\text{売上高 (月累計、前年)}])$
値下げ率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズン計画純値下げ高を指定日までのシーズン計画純売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (計画シーズン累計)}] / [\text{売上高 (計画シーズン累計)}])$
値下げ率（計画シーズン累計、前年）	前年に関して、指定日までのシーズン計画純値下げ高を指定日までのシーズン計画純売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (計画シーズン累計、前年)}] / [\text{売上高 (計画シーズン累計、前年)}])$
値下げ高	このメトリックでは、純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（カンパニー）	このメトリックでは、カンパニーの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（年累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、年初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、期初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、計画シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、計画シーズン初日から選択した日までの値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（週累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、値下げの純売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{値下げ高} - [\text{値下げ高 (前年)}]) / [\text{値下げ高 (前年)}])$
値下げ高の現行計画比変更率	このメトリックでは、実際の値下げ純売上と計画の値下げ純売上の間の変動率を計算します。	$((\text{値下げ高} - \text{現行計画値下げ高}) / \text{現行計画値下げ高})$
値入高	このメトリックでは、定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（前年）	このメトリックでは、前年の定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（年累計）	このメトリックでは、年初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の年初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
値入高（月累計）	このメトリックでは、期初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の期初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、計画シーズン開始時からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年の計画シーズン開始時からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
入荷ケースパック	このメトリックは最優先取引先が供給したケースパック数量に基づいて入荷ケースパック数を計算します。	(受取単位 / 主要取引先ケースパック数量)
分配コストの店舗数	このメトリックでは取引参加店舗（ロケーション）の数を数えます。	分配コストの店舗数
分配コストの店舗数（前年）	このメトリックでは前年の取引参加店舗（ロケーション）の数を数えます。	分配コストの店舗数
初期入力レンジの BOH 単位	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高を計算します。	FirstInRange(手持ち在庫数量)
初期入力レンジの BOH 単位 - ランニング予測売上単位	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫単位と予測売上単位のランニング差額を計算します。	([初期入力レンジの BOH 単位] - ランニング予測売上単位)
初期入力レンジの BOH 高	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高を計算します。	FirstInRange(手持ち在庫売価額)
初期入力レンジの BOH 高 - ランニング予測売上高	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高と予測売上高のランニング差額を計算します。	([初期入力レンジの BOH 高] - ランニング予測売上高)
初期配送数	このメトリックでは初期配送数を計算します。	初期配送数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
初期配送数（前年）	このメトリックでは前年の初期配送数を計算します。	初期配送数
初期配送率	このメトリックでは、早く届いた配送の比率を計算します。	$(\text{初期配送数} / ((\text{時間ごとの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}))$
利用不可 SOH 単位	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の単位数を計算します。	利用不可数量
利用不可 SOH 原価高	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の原価高を計算します。	利用不可原価額
利用不可 SOH 売価高	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の原価高を計算します。	利用不可売価額
利用可能な単位	このメトリックはベンダーの利用可能な単位を計算します。	利用可能な数量
利用可能な単位（アイテム、取引先）	このメトリックはベンダーの利用可能な単位をベンダー別に計算します。	利用可能な数量
利益	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（すべて）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。このメトリックはフィルタを無視します。	利益額
利益（アイテム）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、アイテムレベルで計算します。	利益額
利益（アイテム）(MF)	このメトリックでは売上で得た利益をアイテムレベルで計算します。	利益額
利益（アイテム、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、アイテムレベルで週別に計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（アイテム、取引先）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を取引先別に計算します。	利益額
利益（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、エリアレベルで計算します。	利益額
利益（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、カンパニーレベルで計算します。	利益額
利益（カンパニー、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上から得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、カンパニーレベルで週別に計算します。	利益額
利益（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、クラスレベルで計算します。	利益額
利益（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、グループレベルで計算します。	利益額
利益（サブクラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、セグメントレベルで計算します。	利益額
利益（シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の指定日までのシーズンの合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、チェーンレベルで計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（ディストリクト）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、ディストリクトレベルで計算します。	利益額
利益（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、ディヴィジョンレベルで計算します。	利益額
利益（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで計算します。	利益額
利益（デパートメント）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上から得た合計利益をデパートメントレベルで計算し、現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（デパートメント）MF	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで計算します。	利益額
利益（デパートメント、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで週別に計算します。	利益額
利益（デパートメント、前年）MF	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで週別に計算します。	利益額
利益（リージョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、リージョンレベルで計算します。	利益額
利益（ロケーション）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、リージョンレベルで計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を週別に計算します。	利益額
利益（前年）（ローカル）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（前期）	このメトリックでは、選択した前期の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（前週）	このメトリックでは、前週に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を週別に計算します。	利益額
利益（前週）（ローカル）	このメトリックでは、前週に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの年の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（後期）	このメトリックでは、選択した後期の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（時間）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。これは時間も入力するように促します。	利益額
利益（時間、特売）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、時間と特売にフィルタをかけて計算します。	利益額
利益（月累計）	このメトリックでは、指定日までの月の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの期間の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（期間）	このメトリックでは、選択した期間の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンの通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの計画シーズンの合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益の前年比変更率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前年からの変動率を計算します。	$((\text{利益} - [\text{利益}(\text{前年})]) / [\text{利益}(\text{前年})])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益の前年比変更率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前年からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表します。	$(([\text{利益 (ローカル)}] - [\text{利益 (前年) (ローカル)}]) / [\text{利益 (前年) (ローカル)}])$
利益の前週比変更率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前週からの変動率を計算します。	$([\text{利益}] - [\text{利益 (前週)}]) / [\text{利益 (前週)}]$
利益の前週比変更率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前週からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表します。	$(([\text{利益 (ローカル)}] - [\text{利益 (前週) (ローカル)}]) / [\text{利益 (前週) (ローカル)}])$
利益の現行計画比変動率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の現行計画の利益に対する変動率を計算します。	$([\text{利益}] - \text{現行計画利益}) / \text{現行計画利益}$
利益率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算します。	$[\text{利益}] / [\text{売上高}]$
利益率（アイテム）（MF）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([\text{利益 (アイテム) (MF)}] / [\text{売上高 (アイテム) (MF)}])$
利益率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{利益 (ローカル)}] / [\text{売上高 (ローカル)}])$
利益率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、返品による利益減を含む利益売上の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([\text{利益 (前年)}] / [\text{売上高 (前年)}])$
利益率（前週）	このメトリックでは、返品による利益減を含む利益の前週の売上に対する貢献度比率を週ごとに計算します。	$([\text{利益 (前週)}] / [\text{売上高 (前週)}])$
利益率（年累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの年売上に対する貢献度比率を計算します。	$([\text{利益 (年累計)}] / [\text{売上高 (年累計)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益率（月累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの期間売上に対する貢献度比率を計算します。	$([\text{利益（月累計）}] / [\text{売上高（月累計）}])$
利益率（週累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの週売上に対する貢献度比率を日ごとに計算します。	$([\text{利益（週累計）}] / [\text{売上高（週累計）}])$
前週に対する売上単位の貢献度比率	このメトリックでは、前週の売上単位に対する売上単位の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上単位} / [\text{売上単位（前週）}])$
前週に対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、前週の売上高に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高（前週）}])$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（一次）	このメトリックでは、割り当て領域の平均一次単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$((([\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域（1 次）}]) - ([\text{平均売上利益（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（1 次）}])) / (([\text{平均売上利益（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（1 次）}]))$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（体積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均体積単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$((([\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域（体積）}]) - ([\text{平均売上利益（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（体積）}])) / (([\text{平均売上利益（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（体積）}]))$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（面積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均面積単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$((([\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域（面積）}]) - ([\text{平均売上利益（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（面積）}])) / (([\text{平均売上利益（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（面積）}]))$
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（体積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均体積単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$((([\text{平均売上高} / [\text{平均割り当て領域（体積）}]) - ([\text{平均売上高（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（体積）}])) / (([\text{平均売上高（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（体積）}]))$
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（面積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均面積単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$((([\text{平均売上高} / [\text{平均割り当て領域（面積）}]) - ([\text{平均売上高（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（面積）}])) / (([\text{平均売上高（前年）}] / [\text{平均割り当て領域（前年）（面積）}]))$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（1 次）	このメトリックでは、割り当て領域の平均一次単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$\frac{((\text{平均売上高} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}]) - ([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}]))}{([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}])}$
割り当て領域ごとの平均利益（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (面積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（1 次）	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (面積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（1 次）	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}])$
割り当て領域ごとの平均売上（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(\text{平均売上高} / \text{平均体積量})$
割り当て領域ごとの平均売上（前年）（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均売上（前年）（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (面積)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
割り当て領域ごとの平均売上 (前年) (1 次)	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}])$
割り当て領域ごとの平均売上 (面積)	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(\text{平均売上高} / [\text{平均割り当て領域 (面積)}])$
割り当て領域ごとの平均売上 (1 次)	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(\text{平均売上高} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均利益 (体積)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の立方単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(\text{現行計画利益} / [\text{平均割り当て領域 (体積)}])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均利益 (面積)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の平方単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(\text{現行計画利益} / [\text{平均割り当て領域 (面積)}])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均利益 (1 次)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の一次単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(\text{現行計画利益} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均売上高 (体積)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の立方単位あたりの現行計画平均売上を計算します。	$(\text{現行計画売上高} / [\text{平均割り当て領域 (体積)}])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均売上高 (面積)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の平方単位あたりの現行計画平均売上を計算します。	$(\text{現行計画売上高} / [\text{平均割り当て領域 (面積)}])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均売上高 (1 次)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の一次単位あたりの現行計画平均売上を計算します。	$(\text{現行計画売上高} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}])$
単位ごとの平均売上高	このメトリックは単位ごとの平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$((\text{売上高} - \text{返品高}) / (\text{売上単位} - \text{返品単位}))$
単位原価高	このメトリックは単位原価高を計算します。	平均単位仕入れ値額
単位売価高	このメトリックは単位売価高を計算します。	平均単位売価額
原価高	このメトリックは、平均原価額を計算します。	平均原価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
原価高（年累計）	このメトリックは、単位あたりの年累計平均原価額を計算します。	平均原価額
取引ごとの平均売上単位	このメトリックは売上単位合計と売上取引数に基づいて取引ごとの平均売上単位を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(\text{売上単位} / \text{売上取引数})$
取引ごとの平均売上高	このメトリックは総売上と売上取引数に基づいて取引ごとの平均売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(\text{売上高} / \text{売上取引数})$
取引先 RTV 単位の比率	このメトリックでは、取引先への返品アイテムの総数量の入荷総数量に対する貢献度比率を計算します。	$(\text{返品単位} / \text{受取単位})$
取引先遵守度の評価	このメトリックでは、取引先のタイムリー性、配送精度、発注制度、および品質の評価に基づいて、多様な角度における取引先遵守度の評価を計算します。	$(((((\text{タイムリー性評価} + \text{発注実行の評価}) + \text{配送精度評価}) + \text{品質評価}) / 4)$
取引先遵守度の評価（前年）	このメトリックでは、取引先のタイムリー性、配送精度、発注制度、および品質の評価に基づいて、多様な角度における前年度の取引先遵守度の評価を計算します。	$(((((\text{タイムリー性評価（前年）} + [\text{発注実行の評価（前年）}] + [\text{配送精度評価（前年）}] + [\text{品質評価（前年）}]) / 4)$
受取価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの計画シーズンの原価高を計算します。	受取原価額
受取単位	このメトリックでは、受取単位数量を計算します。	受取単位
受取単位	このメトリックでは、入荷した製品数量を単位でを計算します。	受取数量
受取単位（デパートメント）（MO）	このメトリックでは、デパートメントレベルで受け取った製品数量を単位で計算します。	受取単位
受取単位の現行計画比変動率	このメトリックでは、受取アイテムの計画単位数量に対する単位数量の変動率を計算します。	$((\text{受取単位} - \text{現行計画受取単位}) / \text{現行計画受取単位})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取原価高	このメトリックでは受取原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの前年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（年累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（年累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（月累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（月累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの期間の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの計画シーズンの原価高を計算します。	受取原価額
受取品質管理単位	このメトリックでは、品質管理が必要な受取合計単位数量を計算します。	(合格した品質管理単位 + 不合格品質管理単位)
受取品質管理単位（前年）	このメトリックでは、品質管理が必要な前年の受取合計単位数量を計算します。	([合格した品質管理単位（前年）] + [不合格品質管理単位（前年）])
受取売価高	このメトリックでは入荷製品の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの前年の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（年累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの年の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（年累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの年の売価高を計算します。	受取売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取売価高（月累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（月累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの期間の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの計画シーズンの売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの計画シーズンの売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高の前年比変更率	このメトリックでは、前年の受取売価高に対する受取売価高の増加率または減少率を計算します。	$\frac{((\text{受取売価高} - [\text{受取売価高 (前年)}])}{[\text{受取売価高 (前年)}]}$
受取見積時のオリジナル計画初回値入率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$\frac{((\text{オリジナル計画受取売価高} - \text{オリジナル計画受取仕入原価高}))}{\text{オリジナル計画受取売価高}}$
受取見積時のオリジナル計画初回値入率（年累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間の指定日までの年差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$\frac{(([\text{オリジナル計画受取売価高 (年累計)}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高 (年累計)}])}{[\text{オリジナル計画受取売価高 (年累計)}]}$
受取見積時のオリジナル計画初回値入率（月累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間で指定日までの期間の差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$\frac{(([\text{オリジナル計画受取売価高 (月累計)}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高 (月累計)}])}{[\text{オリジナル計画受取売価高 (月累計)}]}$
受取見積時のオリジナル計画初回値入率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間の指定日までの季節計画の差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$\frac{(([\text{オリジナル計画受取売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高 (計画シーズン累計)}])}{[\text{オリジナル計画受取売価高 (計画シーズン累計)}]}$
受取見積時の初回値入率	このメトリックでは、売上単価と販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$\frac{((\text{受取売価高} - \text{受取原価高}))}{\text{受取売価高}}$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取見積時の初回値入率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、売上単価と販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (前年)}] - [\text{受取原価高 (前年)}]) / [\text{受取売価高 (前年)}])$
受取見積時の初回値入率 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年売上単価と指定日までの年販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (年累計)}] - [\text{受取原価高 (年累計)}]) / [\text{受取売価高 (年累計)}])$
受取見積時の初回値入率 (年累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年売上単価と指定日までの年販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (年累計、前年)}] - [\text{受取原価高 (年累計、前年)}]) / [\text{受取売価高 (年累計、前年)}])$
受取見積時の初回値入率 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間売上単価と指定日までの期間販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (月累計)}] - [\text{受取原価高 (月累計)}]) / [\text{受取売価高 (月累計)}])$
受取見積時の初回値入率 (月累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間売上単価と指定日までの期間販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (月累計、前年)}] - [\text{受取原価高 (月累計、前年)}]) / [\text{受取売価高 (月累計、前年)}])$
受取見積時の初回値入率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズン計画売上単価と指定日までのシーズン計画販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{受取原価高 (計画シーズン累計)}]) / [\text{受取売価高 (計画シーズン累計)}])$
受取見積時の初回値入率 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、指定日までのシーズン計画売上単価と指定日までのシーズン計画販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (計画シーズン累計、前年)}] - [\text{受取原価高 (計画シーズン累計、前年)}]) / [\text{受取売価高 (計画シーズン累計、前年)}])$
受取見積時の現行計画初 回値入率	このメトリックでは、現行計画の売上原価と現行計画の販売価格との差額を計算し、現行計画の受取総額の比率として表します。	$((\text{現行計画受取売価高} - \text{現行計画受取原価高}) / \text{現行計画受取売価高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取見積時の現行計画初 回値入率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の指定 日までの年売上単価と現行計画の 指定日までの年販売価格との差額 を計算し、現行計画の総受取額の 比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高（年累計）}] - [\text{現行計画受取原価高（年累計）}]) / [\text{現行計画受取売価高（年累計）}])$
受取見積時の現行計画初 回値入率（月累計）	このメトリックでは、現行計画の指定 日までの期間売上単価と現行計画 の指定日までの期間販売価格との 差額を計算し、現行計画の総受取 額の比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高（月累計）}] - [\text{現行計画受取原価高（月累計）}]) / [\text{現行計画受取売価高（月累計）}])$
受取見積時の現行計画初 回値入率（計画シーズン累 計）	このメトリックでは、現行計画の指定 日までのシーズン売上単価と現行 計画の指定日までのシーズン販売 価格との差額を計算し、現行計画 の総受取額の比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高（計画シーズン累計）}] - [\text{現行計画受取原価高（計画シーズン累計）}]) / [\text{現行計画受取売価高（計画シーズン累計）}])$
受取高のオリジナル計画比変 動率	このメトリックでは、受取アイテムのオ リジナル計画の売価高に対する売 価高の変動率を計算します。	$((\text{受取売価高} - \text{オリジナル計画受取売価高}) / \text{オリジナル計画受取売価高})$
受取高の現行計画比変動 率	このメトリックでは、受取アイテムの計 画売価高に対する売価高の変動 率を計算します。	$((\text{受取売価高} - \text{現行計画受取売価高}) / \text{現行計画受取売価高})$
合格した品質管理単位	このメトリックでは、品質管理検査を 受けて合格したアイテムの合計数を 計算します。	合格した品質管理単位
合格した品質管理単位（前 年）	このメトリックでは、品質管理検査を 受けて合格したアイテムの前年度の 合計数を計算します。	合格した品質管理単位
合計取引数	このメトリックでは、売上または返品 があった取引の数を数えます。	売上取引数
品質評価	このメトリックでは、品質管理検査が 必要とされた場合に、取引先の品 質評価を、入荷後、品質管理に合 格した全アイテムの比率で計算し ます。	$(\text{合格した品質管理単位} / \text{受取品質管理単位})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
品質評価（前年）	このメトリックでは、品質管理検査が必要とされた場合に、前年の取引先の品質評価を、入荷後、品質管理に合格した全アイテムの比率で計算します。	$([合格した品質管理単位（前年）] / [受取品質管理単位（前年）])$
品質評価の変動	このメトリックでは、前年に関して、取引先の品質評価の変動を計算します。	$((品質評価 - [品質評価（前年）]) / [品質評価（前年）])$
在庫の店舗数	このメトリックでは、在庫がゼロより大きい店舗の数を数えます。	在庫の店舗数
在庫の週数	このメトリックでは、在庫がゼロより大きい週の数を数えます。	在庫の週数
在庫の週数（前年）	このメトリックでは、前年に関して、売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を数えます。	在庫の週数
在庫アイテム数	このメトリックでは、最新終了時手持ち在庫単位価格がゼロより大きい在庫のアイテム数を数えます。	在庫アイテム数
在庫アイテム数（デパートメント、週）	このメトリックではデパートメントでその週に在庫されていたアイテム数を数えます。	在庫アイテム数
在庫元帳の BHO 在庫仕入高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、選択した週に関する開始時手持ち在庫仕入高を計算します。	[在庫元帳の BHO 在庫仕入額]
在庫元帳の BHO 在庫仕入高（合計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、選択した週に関する開始時手持ち在庫仕入高を計算します。	[在庫元帳の BHO 在庫仕入額]
在庫元帳の BOH 売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、選択した週に関する開始時手持ち在庫売価高を計算します。	[在庫元帳の BOH 売価額]
在庫元帳の BOH 売価高（合計）	期間全体における在庫元帳の開始時手持ち在庫高。	[在庫元帳の BOH 売価額]
在庫元帳の EOH 仕入原価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから終了時手持ち在庫仕入原価高を計算します。	[在庫元帳の EOH 仕入原価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の EOH 仕入原価高 (合計)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、期間全体における開始時手持ち在庫仕入原価高を計算します。	[在庫元帳の EOH 仕入原価額]
在庫元帳の EOH 個数高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、終了時手持ち在庫数の現在の売上高を計算します。	在庫元帳の実績在庫売価額
在庫元帳の EOH 売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、終了時手持ち在庫売価高を計算します。	[在庫元帳の EOH 売価額]
在庫元帳の EOH 売価高 (合計)	期間全体における在庫元帳の終了時手持ち在庫高。	[在庫元帳の EOH 売価額]
在庫元帳の EOH 調整高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、手持ち在庫調整の現在の売上高を計算します。	[在庫元帳の SOH 調整売価額]
在庫元帳の GMROI	このメトリックでは、在庫元帳の粗利益高を平均在庫仕入原価で割ることにより、在庫投資見返り粗利益を計算します。	(在庫元帳の粗利益高 / 在庫元帳の平均在庫仕入高)
在庫元帳の RTV 売価高	このメトリックでは、何らかの理由でベンダーへの返品が予定されていたアイテムの前年度の合計売価高を計算します。	[在庫元帳の RTV 売価額]
在庫元帳のクリアランス値下げ高	このメトリックでは、在庫元帳システムからクリアランス値下げ高を計算します。	在庫元帳のクリアランス値下げ額
在庫元帳のロス原価高	このメトリックでは、ロス原価高を計算します。	在庫元帳のロス原価額
在庫元帳のロス売価高	このメトリックでは、現在のロス売価高を計算します。	在庫元帳のロス売価額
在庫元帳のワークルームでの作業経費高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、ワークルームでの作業経費高を計算します。	在庫元帳のワークルームでの作業経費額
在庫元帳の仕入受取高	このメトリックでは、在庫元帳システムから仕入受取高を計算します。	在庫元帳の受取原価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の値下げキャンセル高	このメトリックでは、在庫元帳システムから値下げキャンセル高を計算します。	在庫元帳の値下げキャンセル額
在庫元帳の値下げ率	このメトリックでは、合計値下げ高を売上合計高で割ることにより、在庫元帳の合計値下げ率を計算します。	(在庫元帳の合計値下げ額 / 在庫元帳の売上売価高)
在庫元帳の値入キャンセル高	このメトリックでは、在庫元帳システムから値入キャンセル高を計算します。	在庫元帳の値入キャンセル額
在庫元帳の値入高	このメトリックでは、在庫元帳システムから値入高を計算します。	在庫元帳の値入額
在庫元帳の受取売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから受取売価高を計算します。	在庫元帳の受取売価額
在庫元帳の合計値下げ額	このメトリックでは、在庫元帳システムから、永久、特売、およびクリアランス値下げに基づく合計値下げ高を計算します。	((在庫元帳のクリアランス値下げ高 + 在庫元帳の特売値下げ高) + 在庫元帳の永久値下げ高)
在庫元帳の在庫回転売価高	このメトリックでは、売上高を平均在庫高で割ることにより、選択した期間における在庫回転売価高を計算します。	(在庫元帳の売上売価高 / 在庫元帳の平均在庫売価高)
在庫元帳の売上原価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから売上原価高を計算します。	在庫元帳の売上原価額
在庫元帳の売上売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから純売上高を計算します。データは、サブクラス、ロケーション、週レベル以上で利用できます。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高（前年）	このメトリックでは、在庫元帳システムから前年度の売上売価高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高（年累計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから指定日までの年間の売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高（年累計、前年）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までの年間の売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の売上売価高（月累計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから指定日までの期間の売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高（月累計、前年）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までの期間の売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから指定日までのシーズンの売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までのシーズンの売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の平均在庫仕入高	このメトリックでは、在庫元帳システムから在庫仕入高の平均を計算します。	$(([\text{在庫元帳の BHO 在庫仕入高}] + [\text{在庫元帳の EOH 仕入原価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
在庫元帳の平均在庫売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから在庫売価高の平均を計算します。	$(([\text{在庫元帳の BOH 売価高}] + [\text{在庫元帳の EOH 売価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
在庫元帳の従業員割引高	このメトリックでは、在庫元帳システムから従業員割引売価高を計算します。	在庫元帳の従業員割引額
在庫元帳の永久値下げ高	このメトリックでは、在庫元帳システムから永久値下げ高を計算します。	在庫元帳の永久値下げ額
在庫元帳の特売値下げ高	このメトリックでは、在庫元帳システムから特売値下げ高を計算します。	在庫元帳の特売値下げ額
在庫元帳の現金割引高	このメトリックでは、在庫元帳システムから現金割引高を計算します。	在庫元帳の現金割引額
在庫元帳の粗利益率	このメトリックでは、在庫元帳システムの粗利益高を売上高で割ることにより、粗利益率を計算します。データは、サブクラス、ロケーション、週レベル以上で利用できます。	$(\text{在庫元帳の粗利益高} / \text{在庫元帳の売上売価高})$
在庫元帳の粗利益高	このメトリックでは、在庫元帳システムから総利益高を計算します。データは、サブクラス、ロケーション、週レベル以上で利用できます。	在庫元帳の総利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の粗利益高（ローカル）	このメトリックでは、在庫元帳システムから総利益高を計算します。データは、サブクラス、ロケーション、週レベル以上で現地通貨で利用できます。	[在庫元帳の総利益額（ローカル）]
在庫元帳の累積値入率	このメトリックでは、在庫元帳の累積値入率を計算します。	在庫元帳の累積値入率
在庫元帳の累積値入率（前年）	このメトリックでは、前年度の在庫元帳の累積値入率を計算します。	在庫元帳の累積値入率
在庫元帳の資本回転	このメトリックでは、在庫元帳システムの売上合計高を平均在庫仕入高で割ることにより、選択した期間の資本金の回転を計算します。	$(\text{在庫元帳の売上売価高} / (((\text{在庫元帳の BHO 在庫仕入高 (合計)} + [\text{在庫元帳の EOH 仕入原価高}]) / (\text{在庫の週数} + 1))))$
在庫元帳の輸送経費高	このメトリックでは、在庫元帳システムから輸送経費高を計算します。	在庫元帳の輸送経費額
在庫元帳の返品売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高（前年）	このメトリックでは、在庫元帳システムから前年度の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高（年累計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、指定日までの年間の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高（年累計、前年）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までの年間の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高（月累計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、指定日までの期間の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高（月累計、前年）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までの期間の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、指定日までのシーズンの返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の返品売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までのシーズンの返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫切れの日数	このメトリックでは、在庫がゼロの日数を数えます。	在庫日数
在庫切れ日数の比率	このメトリックでは、選択した日数の合計に対するアイテム在庫切れ日数の比率を計算します。	$(\text{在庫切れの日数} / \text{日数})$
在庫回転値	このメトリックでは、純売上高を平均在庫高で割ることにより、在庫回転値を計算します。	$(\text{売上高} / \text{平均在庫売価高})$
在庫回転値（前年）	このメトリックでは、前年度の純売上高を平均在庫高で割ることにより、在庫回転値を計算します。	$([\text{売上高（前年）}] / [\text{平均在庫売価高（前年）}])$
在庫回転単位	このメトリックでは、選択した期間における純売上単位を平均手持ち在庫数で割ることにより、在庫回転単位を計算します。	$(\text{売上単位} / (([\text{BOH 単位}] + [\text{EOH 単位（合計）}]) / (\text{在庫の週数} + 1)))$
在庫回転数の前年比変更率	このメトリックでは、在庫回転数の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{在庫回転値} - [\text{在庫回転値（前年）}]] / [\text{在庫回転値（前年）}])$
在庫回転数の現行計画比変動率	このメトリックでは、計画在庫回転数に対する在庫回転数の変動率を計算します。	$(([\text{在庫回転値} - \text{現行計画在庫回転数}] / \text{現行計画在庫回転数})$
在庫売上比率	このメトリックでは、選択した期間の合計売上に対する当初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / \text{売上高})$
在庫売上比率（前年）	このメトリックでは、前年度の引当済在庫率を計算します。	$([\text{BOH 売価高（前年）}] / [\text{売上高（前年）}])$
在庫見返り利益	このメトリックでは投資見返り利益を計算します。これには、利益高を平均在庫高で割ります。	$(([\text{利益} / [\text{EOH 売価高（合計）}]] / \text{在庫の週数})$
基本仕入れ価格の比較（前月）	このメトリックは、取引先の基本仕入れ価格の今期と前期の差を計算します。	$(\text{基準原価} - [\text{基準原価（前月）}])$
基準原価	このメトリックは取引先基準原価を計算します。これは最優先通貨で格納されます。	基準原価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
基準原価（前月）	このメトリックは取引先のデッドネットコストを計算します。これは最優先通貨で格納されます。	基準原価額
基準原価の前月比変更率	このメトリックでは、今期と前期の間の取引先基準原価の変動を計算します。	$((\text{基準原価} - [\text{基準原価（前月）}]) / [\text{基準原価（前月）}])$
基準原価を基にした利益	このメトリックは、通常売上、特売売上、クリアランス売上と取引先基準原価に基づいて取引先基準利益を計算します。これは最優先通貨で格納されます。	基準利益額
基準原価を基にした利益 (MF)	選択期間の基準原価が基の取引先利益を通常、特売、クリアランス売上と取引先基準原価を基に、最優先通貨で計算します。メトリックとフィルタ(MF)のみ考慮します。	基準利益額
基準原価を基にした利益（デパートメント）	デパートメントレベルの基準原価を基にした取引先総利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上データと取引先基準原価に基づいて、デパートメント別に計算します。最優先通貨で格納されます。	基準利益額
基準原価を基にした利益（デパートメント、取引先）	デパートメントレベルの取引先総基準利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上データと取引先基準原価に基づいて、デパートメントと全取引先別に計算します。これは最優先通貨で格納されます。	基準利益額
基準原価を基にした利益に対する貢献度比率（MF）	このメトリックでは、選択した期間内の基準原価を基にした総利益に対する、基準原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{基準原価を基にした利益} / [\text{基準原価を基にした利益（MF）}])$
基準原価を基にした利益に対する貢献度比率（デパートメント、取引先）	このメトリックでは、デパートメントレベルでの基準総利益に対する基準利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{基準原価を基にした利益} / [\text{基準原価を基にした利益（デパートメント、取引先）}])$
基準原価を基にした利益率	このメトリックでは、総売上に対する基準利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{基準原価を基にした利益} / \text{売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
増加利益	このメトリックでは、増加利益を期間利益、前期利益、および後期利益に基づいて計算します。	$(((\text{利益 (期間)} / [\text{週数 (期間)}]) - ([\text{利益 (前期)} / [\text{週数 (前期)}]]) + ([\text{利益 (後期)} / [\text{週数 (後期)}]]) - ([\text{利益 (前期)} / [\text{週数 (前期)}]]))$
増加売上高	このメトリックでは、増加売上高を期間利益、前期利益、および後期利益に基づいて計算します。	$(((\text{売上高 (期間)} / [\text{週数 (期間)}]) - ([\text{売上高 (前期)} / [\text{週数 (前期)}]]) + ([\text{売上高 (後期)} / [\text{週数 (後期)}]]) - ([\text{売上高 (前期)} / [\text{週数 (前期)}]]))$
売上（デパートメント）の市場アイテムに対する売上アイテムの比率	このメトリックでは、デパートメントレベルにおける売上店舗数について今年と前年の間の変動率を計算します。	$([\text{販売アイテム数 (デパートメント) (MO)}] / [\text{市場アイテムの販売数 (市場カタログ)}])$
売上（市場デパートメント）の市場アイテムに対する売上アイテムの比率	このメトリックでは、市場デパートメントレベルにおける売上店舗数について今年と前年の間の変動率を計算します。	$([\text{販売アイテム数 (市場デパートメント)}] / [\text{市場アイテムの販売数 (市場カタログ)}])$
売上に対する構成店舗利益	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上による構成店舗利益を計算します。	利益額
売上に対する構成店舗利益（前年）	このメトリックは、前年の通常売上、クリアランス売上、特売売上による構成店舗利益を計算します。	利益額
売上の店舗数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を数えます。	売上の店舗数
売上の店舗数（前年）	このメトリックでは、前年の 1 日の売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を、セグメント、ロケーション、および日のレベルで数えます。	売上の店舗数
売上の店舗数（時間暦）（MO）	このシステムメトリックでは、売上があった店舗（ロケーション）の数を計算します。	売上の店舗数
売上の週数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	売上の週数
売上の週数（前年）	このメトリックでは、前年に関して、売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	売上の週数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（アイテム）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、アイテムレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年度のカンパニー合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カンパニー、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、カンパニーレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（クラス）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、クラスレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（グループ）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、グループレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（シーズン累計）	指定日までのシーズンに関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（セグメント）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、セグメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（ディストリクト）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上にに基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト、前年）	前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト、前週）	前週に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディヴィジョン）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、ディヴィジョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上にに基づき、デパートメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント、前年）	前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、デパートメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント、前週）	このメトリックでは、前週に関して、デパートメントの合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位 (リージョン)	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (リージョン、前年)	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (リージョン、前週)	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション)	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上に基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション) (MF)	このメトリックでは、選択した期間 (MF) の合計売上単位をロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション、前年) (MF)	このメトリックでは、選択した期間 (MF) の前年の合計売上単位を、ロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション、前週) (MF)	このメトリックでは、選択した期間 (MF) の前週の合計売上単位を、ロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション、日) (MF)	通常、クリアランス、特売売上の合計単位を、ロケーションと日レベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。テンプレートも考慮しません。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（供給の日数）	このメトリックでは、供給の日数を、現在の手持ち在庫数量と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([\text{EOH 単位 (前日)}] / [\text{平均通常売上単位 (期間・日単位)}])$
売上単位（供給の日数）（動的）	このメトリックでは、供給の日数を、現在の手持ち在庫数量と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([\text{EOH 単位 (前日)}] / [\text{平均通常売上単位 (期間・日単位) (動的)}])$
売上単位（供給の週数）	このメトリックでは、供給の週数を、現在の手持ち在庫と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([\text{EOH 単位}] / [\text{平均通常売上単位 (期間・週単位)}])$
売上単位（供給の週数）（動的）	このメトリックでは、供給の週数を、現在の手持ち在庫と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([\text{EOH 単位 (前週)}] / [\text{平均通常売上単位 (期間・週単位) (動的)}])$
売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、週別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前月）	このメトリックでは、前期に関して、合計売上単位を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前期）	このメトリックでは、選択した前期の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前週）	このメトリックでは、前週に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、週別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（後期）	このメトリックでは、選択した後期の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（日）	このメトリックでは、1 日に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（時間、組織）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（期間）	このメトリックでは、選択した期間の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位の前年比変更率	このメトリックでは、単位売上の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$((\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前年)}]) / [\text{売上単位 (前年)}])$
売上単位の前月比変動	このメトリックは、売上単位における前月との差を計算します。	$(\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前月)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位の前月比変更率	このメトリックでは、売上単位の前期からの変動率を計算します。	$((\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前月)}]) / [\text{売上単位 (前月)}])$
売上単位の現行計画比変動率	このメトリックでは、単位売上上の計画に対する変動率を計算します。	$((\text{売上単位} - \text{現行計画売上単位}) / \text{現行計画売上単位})$
売上原価	このメトリックは、売上原価を計算します。売上原価は、売上から売上による利益と返品による損失を差し引いたものとして定義されています。	$(\text{売上高} - \text{利益})$
売上原価 (前年)	このメトリックは、前年の売上原価を週ごとに計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] - [\text{利益 (前年)}])$
売上原価 (前期)	このメトリックは、前期の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	$([\text{売上高 (前期)}] - [\text{利益 (前期)}])$
売上原価 (後期)	このメトリックは、後期の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	$([\text{売上高 (後期)}] - [\text{利益 (後期)}])$
売上原価 (期間)	このメトリックは、期間の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	$([\text{売上高 (期間)}] - [\text{利益 (期間)}])$
売上取引数	このメトリックでは、売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上率	このメトリックでは、合計単位売上を開始時手持ち在庫と入荷単位の合計で割って、売上率を計算します。	$((\text{売上単位} / [\text{BOH 単位}]) + \text{受取単位})$
売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を VAT を含めて計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高 (WTD、前年)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（すべて）	通常、クリアランス、特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。フィルタ（MT）は無視します。	売上額
売上高（アイテム）	このメトリックでは、指定アイテムの通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム）（MF）	このメトリックでは、指定アイテムの通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム、（前年））	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前年度のアイテム売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム、取引先）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を取引先別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をエリアレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、エリア売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、エリア売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をカンパニーレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー、(前年)）	このメトリックでは、前年度のカンパニー合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をクラスレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（クラス、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上の合計高をクラスレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をグループレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（グループ、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、グループ売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までのシーズンの売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をチェーンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、チェーン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、チェーン売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をディストリクトレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、ディストリクト売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、ディストリクト売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をディヴィジョンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ディヴィジョン、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基 づいて、ディヴィジョン売上合計高を 計算します。金額は純返品量です が、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン、前週）	このメトリックでは、通常、クリアラン ス、および特売売上の合計高を計 算します。金額は純返品量ですが、 VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアラン ス、および特売売上の合計高をデ パートメントレベルで計算します。金 額は純返品量ですが、VAT は含ま れます。	売上額
売上高（デパートメント）(MF)	このメトリックでは、通常、クリアラン ス、および特売売上の合計高をデ パートメントレベルで計算します。金 額は純返品量ですが、VAT は含ま れます。	売上額
売上高（デパートメント）(ロー カル)	このメトリックでは、通常、クリアラン ス、および特売売上の合計高をデ パートメントレベルで計算し、店舗の 現地通貨で表示します。金額は純 返品量ですが、VAT は含まれ ます。	[売上額（ローカル）]
売上高（デパートメント、前 年）	このメトリックでは、前年度の通常、 クリアランス、および特売売上に基 づいて、デパートメント売上合計高を 計算します。金額は純返品量です が、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント、前 年）(MF)	このメトリックでは、前年度の通常、 クリアランス、および特売売上に基 づいて、デパートメント売上合計高を 計算します。金額は純返品量です が、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（デパートメント、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の前週の合計高をデパートメント別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をリージョンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基 づいて、リージョン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基 づいて、リージョン売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をロ ケーションレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれ ます。	売上額
売上高（ロケーション）(MF)	このメトリックでは、選択期間中 (MF) の売上合計高をロケーション 別に計算します。金額は純返品量 ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算 します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前年） (MF)	このメトリックでは、選択期間内 (MF) の最終年度の売上合計高を ロケーション別に計算します。金額は 純返品量ですが、VAT は含まれ ます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ロケーション、前週） (MF)	このメトリックでは、選択期間内 (MF) の最後の週の売上合計高を ロケーション別に計算します。金額は 純返品量ですが、VAT は含まれ ます。	売上額
売上高（ロケーション、日） (MF)	通常、クリアランス、特売売上の合 計高を、ロケーションおよび日次レベ ルで計算します。金額は純返品量 ですが、VAT は含まれます。テンプ レートも考慮しません。	売上額
売上高（ロケーション、時間 暦）(MO)	このシステムメトリックでは、選択期 間中のアイテムの売上合計高をロ ケーション別に計算します。金額は 純返品量ですが、VAT は含まれ ます。	売上額
売上高（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアラン ス、および特売売上の合計高を、店 舗の現地通貨で計算します。金額 は純返品量ですが、VAT は含まれ ます。	[売上額（ローカル）]
売上高（供給の日数）	このメトリックでは、現在の手持ち在 庫高と指定評価期間内の平均売 上との比較に基づいて、供給日数を 計算します。	$(\text{EOH 売価高 (前日)}) / [\text{平均通常売上高 (期間・日単位)}]$
売上高（供給の日数）(動 的)	このメトリックでは、現在の手持ち在 庫高と指定評価期間内の平均売 上との比較に基づいて、供給日数を 計算します。	$(\text{EOH 売価高 (前日)}) / [\text{平均通常売上高 (期間・日単位) (動的)}]$
売上高（供給の週数）	このメトリックでは、現在の手持ち在 庫高と選択評価期間内の平均売 上との比較に基づいて、供給週数を 計算します。	$(\text{EOH 売価高}) * (1 / [\text{平均通常売上高 (期間・週単位)}])$
売上高（供給の週数）(前 年)	このメトリックでは、現在の手持ち在 庫高と選択評価期間内の平均売 上との比較に基づいて、供給週数を 計算します。	$(\text{EOH 売価高 (前年)}) / [\text{平均通常売上高 (期間・週単位) (前年)}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（供給の週数）（動的）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と選択評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給週数を計算します。	$[(EOH \text{ 売価高 (前週)}) / [\text{平均通常売上高 (期間・週単位) (動的)}]]$
売上高（前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基いて、前年度の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前年）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、前年度の店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（前月）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基いて、前期の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前期）	このメトリックでは、選択した前期の通常、クリアランス、および特売売上に基いて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基いて、前週の売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前週）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、前週の店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（市場デパートメント） （ABS）	通常、クリアランス、特売売上の合計を市場デパートメントレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。これは選択したアイテムの市場カテゴリ売上だけを集計します。	売上額
売上高（市場デパートメント） （シーズン累計）	通常、クリアランス、特売売上の合計を市場デパートメントレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。これは選択したアイテムの市場デパートメント売上だけを集計します。	売上額
売上高（年累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの年間の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（年累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（後期）	このメトリックでは、選択した後期の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（時間）	通常、クリアランス、特売売上の合計を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。条件として付加される時間が表示されるので、時間でのフィルタもできます。	売上額
売上高（月累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの期間の売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（月累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（期間）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、選択期間の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（週累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの週の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高に対するクリアランスの貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対するクリアランス売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{クリアランスの売上高} / \text{売上高})$
売上高に対する通常の貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対する通常売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{通常売上高} / \text{売上高})$
売上高の前年比変更率	このメトリックでは、売上高の前年からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高 (前年)}]) / [\text{売上高 (前年)}])$
売上高の前年比変更率 (シーズン累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までのシーズン変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (シーズン累計)}] - [\text{売上高 (シーズン累計、前年)}]) / [\text{売上高 (シーズン累計、前年)}])$
売上高の前年比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、売上高の前年からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$(([\text{売上高 (ローカル)}] - [\text{売上高 (前年) (ローカル)}]) / [\text{売上高 (前年) (ローカル)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高の前年比変更率（年累計）	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までの年変動率を計算します。	$(([\text{売上高（年累計）}] - [\text{売上高（年累計、前年）}]) / [\text{売上高（年累計、前年）}])$
売上高の前年比変更率（月累計）	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$(([\text{売上高（月累計）}] - [\text{売上高（月累計、前年）}]) / [\text{売上高（月累計、前年）}])$
売上高の前年比変更率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$(([\text{売上高（計画シーズン累計）}] - [\text{売上高（計画シーズン累計、前年）}]) / [\text{売上高（計画シーズン累計、前年）}])$
売上高の前月比変動	このメトリックは、売上高における前月との差を計算します。	$(\text{売上高} - [\text{売上高（前月）}])$
売上高の前月比変更率	このメトリックでは、売上高の前期からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高（前月）}]) / [\text{売上高（前月）}])$
売上高の前週比変更率	このメトリックでは、売上高の前週からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高（前週）}]) / [\text{売上高（前週）}])$
売上高の前週比変更率（ローカル）	このメトリックでは、売上高の前週からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$(([\text{売上高（ローカル）}] - [\text{売上高（前週）（ローカル）}]) / [\text{売上高（前週）（ローカル）}])$
売上高の対前年度変更率	このメトリックは前年の売上高との差を週別に計算します。	$(\text{売上高} - [\text{売上高（前年）}])$
売上高表示（アイテム）	このシステム表示は、指定したアイテムに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示（アイテム、ロケーション、日）（MO）	指定した日、アイテム、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示（アイテム、ロケーション、週）（MO）	指定したアイテム、週、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高表示（ロケーション）	このシステム表示は、指定したロケーションに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示（ロケーション、(前年)）(MO)	指定したアイテム、週、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示（前年）(MO)	指定セグメントおよびロケの前年度の週別の照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量です。	売上額
売切単位の比率	このメトリックでは、販売された通常、特売、およびクリアランス単位の合計と、終了時手持ち在庫単位に基づいて売切比率を計算します。	$(\text{売上単位} / ([\text{EOH 単位}] + \text{売上単位}))$
売切単位の比率	このメトリックでは、販売された通常、特売、およびクリアランス単位の合計と、終了時手持ち在庫単位に基づいて売切比率を計算します。	$(\text{売上単位} / ([\text{EOH 単位}] + \text{売上単位}))$
売却ケースパック	このメトリックは最優先取引先が供給したケースパック数量に基づいて売却ケースパック数を計算します。	$(\text{売上単位} / \text{主要取引先ケースパック数量})$
売買ごとの純総仕入れ原価に対する平均利益	このメトリックは売買ごとの純総仕入れ原価に対する平均利益を計算します。	$(\text{純総仕入れ原価を基にした利益} / \text{売上取引数})$
契約原価単位価格	このメトリックは、単位あたりの契約原価を計算します。	$(\text{契約原価高} / \text{契約数量})$
契約原価高	このメトリックは、契約原価額を計算します。	契約原価額
契約数量	このメトリックは、ベンダーから発注される合計契約数量を計算します。	契約数量
契約発注原価単位価格	このメトリックは、単位あたりの契約発注原価を計算します。	$(\text{契約発注原価高} / \text{契約発注量})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
契約発注原価高	このメトリックは、契約発注中原価額を計算します。	契約発注原価額
契約発注原価高（デパートメント）	このメトリックは、契約発注中原価額をデパートメントレベルで計算します。	契約発注原価額
契約発注量	このメトリックは、契約の合計発注量を計算します。	契約発注量
好機誤差	カテゴリシェア高がすべてのカテゴリのシェア高と一致すると認識された場合に、そのカテゴリの売上高の変動を計算します。このメトリックは、最優先通貨で提供されます。	(デパートメントシェアの変動 * [市場売上高（市場カテゴリ、FDM CRMA）])
好機誤差（ローカル）	カテゴリシェア高がすべてのカテゴリのシェア高と一致すると認識された場合に、そのカテゴリの売上高の変動を計算します。このメトリックは、現地通貨で提供されます。	([デパートメントシェアの変動（ローカル）] * [市場売上高（市場カテゴリ、FDM CRMA）（ローカル）])
定番パック売上比率	このメトリックでは、パック総売上に対する定番パック売上の貢献度比率を計算します。これは、通常価格のパックの比率です。	(定番パック売上高 / パック売上高)
定番パック売上高	このメトリックでは、定番パック売上の総額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	パック売上額
宣伝の日数	このメトリックではアイテムが宣伝されている日数を数えます。	宣伝の日数
対店舗数売上の前年比変更率	このメトリックでは、売上店舗数について今年と前年の間の変動率を計算します。	((売上の店舗数 - [売上の店舗数（前年）]) / [売上の店舗数（前年）])
対純総仕入れ原価利益の前年比変更率	このメトリックでは、純総仕入れ原価を基にした利益の前年からの変動率を計算します。	((純総仕入れ原価を基にした利益 - [純総仕入れ原価を基にした利益（前年）]) / [純総仕入れ原価を基にした利益（前年）])
市場アイテムの販売数（市場カタログ）	このメトリックでは、特定の市場カテゴリ内で販売されたすべての市場アイテムの数を計算します。	市場アイテムの販売数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場イベント売上単位	このメトリックでは、宣伝、陳列、値下げをしたすべてのアイテムの合計売上を計算します。	市場イベント売上単位
市場イベント売上高	このメトリックでは、宣伝、陳列、値下げを行なったすべてのアイテムの合計売上金額を計算します。	市場イベント売上高
市場イベント売上高（ローカル）	このメトリックでは、宣伝、陳列、値下げを行なったすべてのアイテムの合計売上高を現地通貨で計算します。	[市場イベント売上高（ローカル）]
市場部門に対する売上高の貢献度比率（シーズン累計）	このメトリックでは、選択したアイテムだけに関して、市場部門の売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高（市場部門）（シーズン累計）])
市場部門に対する売上高の貢献度比率（絶対値）	このメトリックでは、カテゴリ全体の市場部門の売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高（市場部門）（ABS）])
市場売上単位	このメトリックでは、市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（FDM CRMA）	このメトリックでは、FDM CRMA（市場エリアレベル 1）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（FDM CRMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、FDM CRMA レベル（市場エリアレベル 1）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（RMA）	このメトリックでは、RMA レベル（市場エリアレベル 3）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（RMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、RMA レベル（市場エリアレベル 3）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（前年）	このメトリックでは、前年の市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場売上単位（前月）	このメトリックでは、前期に販売された市場単位の合計数量を週別に計算します。	市場売上単位
市場売上単位（前週）	このメトリックでは、前週の市場売上単位の合計数量を週別に計算します。	市場売上単位
市場売上単位（食料品 CRMA）	このメトリックでは、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（食料品 CRMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位の前年比変更率	このメトリックでは、市場単位売上の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$((\text{市場売上単位} - [\text{市場売上単位（前年）}]) / [\text{市場売上単位（前年）}])$
市場売上単位の前週比変更率	このメトリックでは、市場単位売上の前年からの変動率を日ごとに計算します。	$((\text{市場売上単位} - [\text{市場売上単位（前週）}]) / [\text{市場売上単位（前週）}])$
市場売上増の変動	このメトリックは、前年の市場売上増と小売業者の売上増の差をもとに、小売業者の売上格差を計算します。	$((\text{市場売上高の前年比変更率} - \text{売上高の前年比変更率}) * \text{売上高})$
市場売上率	このメトリックでは、製品の販売効率を物流との関係で、全商品金額 (ACV) に基づいて計算します。	市場売上率
市場売上高	このメトリックでは、総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（FDM CRMA）	このメトリックでは、FDM CRMA レベル（市場エリアレベル 1）の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（FDM CRMA）（ローカル）	このメトリックでは、FDM CRMA レベル（市場エリアレベル 1）の総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高（ローカル）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場売上高 (FDM CRMA、(前年))	このメトリックでは、前年に関して、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高 (RMA)	このメトリックでは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高 (RMA) (ローカル)	このメトリックでは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) の総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
市場売上高 (RMA) (ローカル)(1)	このメトリックでは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) の総市場売上高を計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
市場売上高 (RMA、(前年))	このメトリックでは、前年に関して、RMA レベル (市場エリアレベル 3) の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高 (ローカル)	このメトリックでは、総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
市場売上高 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見積み売上金額を計算します。	市場売上高
市場売上高 (前月)	このメトリックでは、前期の市場売上高を週別に計算します。	市場売上高
市場売上高 (前週)	このメトリックでは、前週の市場売上高を週別に計算します。	市場売上高
市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA)	このメトリックでは、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) と市場カテゴリレベルの総市場売上高を最優先通貨で計算します。	市場売上高
市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA) (ローカル)	このメトリックでは、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) と市場カテゴリレベルの総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場売上高（市場カテゴリ、RMA）	このメトリックでは、RMA レベル（市場エリアレベル 3）と市場カテゴリレベルの総市場売上高を最優先通貨で計算します。	市場売上高
市場売上高（市場カテゴリ、RMA）（ローカル）	このメトリックでは、RMA レベル（市場エリアレベル 3）と市場カテゴリレベルの総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高（ローカル）]
市場売上高（市場デパートメント）	このメトリックでは、すべての市場デパートメントの総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（月）	このメトリックでは、今期の市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（食料品 CRMA）	このメトリックでは、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（食料品 CRMA）（ローカル）	このメトリックでは、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）の総市場売上高を計算します。	[市場売上高（ローカル）]
市場売上高（食料品 CRMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高に対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、市場売上高に対する売上高の貢献度を計算します。	(売上高 / 市場売上高)
市場売上高に対する市場カテゴリの貢献度比率	このメトリックは、カテゴリの市場売上全体に対する市場売上の貢献度を計算します。	(市場売上高 / [市場売上高（市場デパートメント）])
市場売上高の前年比変動	このメトリックは、カテゴリの市場売上全体に対する市場売上の貢献度を計算します。	(市場売上高 - [市場売上高（前年）])
市場売上高の前年比変更率	このメトリックでは、市場売上の前年からの変動率を週ごとに計算します。	((市場売上高 - [市場売上高（前年）]) / [市場売上高（前年）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場売上高の前月比変更率	このメトリックでは、今期の市場売上高の前期からの変動率を週ごとに計算します。	$\frac{([市場売上高(月)] - [市場売上高(前月)])}{[市場売上高(前月)]}$
市場売上高の前週比変更率	このメトリックでは、市場売上高の前週からの変動率を週ごとに計算します。	$\frac{([市場売上高] - [市場売上高(前週)])}{[市場売上高(前週)]}$
市場売上高の対前年度変更率	このメトリックは今年の市場総売上と前年の市場総売上上の差を計算します。	$[市場売上高] - [市場売上高(前年)]$
市場正常売上単位	このメトリックでは、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見積もり売上数量を計算します。	市場正常売上単位
市場正常売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見積もり売上数量を計算します。	市場正常売上単位
市場正常売上高	このメトリックでは、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見積もり売上金額を計算します。	市場正常売上高
市場正常売上高（ローカル）	このメトリックでは、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる予測売上高を現地通貨で計算します。	$[市場正常売上高(ローカル)]$
市場正常売上高（前年）	このメトリックでは、前年に関して、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見もり売上金額を計算します。	市場正常売上高
市場特売割引率	このメトリックでは、市場の合計と特売の売上および数量に基づいて、市場売上の特売割引率を計算します。	$\frac{((([市場売上高] - [市場特売売上高]) / ([市場売上単位] - [市場特売売上単位])) - ([市場特売売上高] / [市場特売売上単位]))}{([市場売上高] - [市場特売売上高]) / ([市場売上単位] - [市場特売売上単位])}$
市場特売売上単位	このメトリックでは、宣伝アイテムの合計単位売上を計算します。	市場特売売上単位

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場特売売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、宣伝アイテムの合計単位売上を計算します。	市場特売売上単位
市場特売売上高	このメトリックでは、宣伝アイテムの合計売上高を計算します。この量は、「市場主要広告」とも呼ばれます。	市場特売売上高
市場特売売上高（ローカル）	このメトリックでは、宣伝アイテムの合計売上高を現地通貨で計算します。この量は、「市場主要広告」とも呼ばれます。	[市場特売売上高（ローカル）]
市場特売売上高（前年）	このメトリックでは、前年の宣伝アイテムの合計金額売上を計算します。	市場特売売上高
市場特売売上高率	このメトリックでは、市場総売上に対する特売市場売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{市場特売売上高} / \text{市場売上高})$
市場累積売上高	このメトリックでは、市場イベント売上と市場正常売上間の差額を計算します。この金額は、イベントによる売上の変動を示します。	$(\text{市場イベント売上高} - \text{市場正常売上高})$
市場累積売上高率	このメトリックでは、イベントの結果発生する売上の変動率を計算します。この値は、市場イベント売上と市場正常売上の差額の比率に基づくものです。	$((\text{市場イベント売上高} - \text{市場正常売上高}) / \text{市場正常売上高})$
平均 EOH 売価高	このメトリックは、最終手持ち価額を最終手持ち単位で割って平均在庫価格を計算します。	$([\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 単位}])$
平均利益	このメトリックは、売上利益の平均から返品による利益減の平均を引いた値を計算します。	平均利益額
平均割り当て領域（アイテム、リージョン）（1 次）	このメトリックはリージョンレベルですべてのアイテムに割り当てられた平均一次距離を計算します。	[平均 1 次数量]
平均割り当て領域（体積）	このメトリックは割り当て領域の平均体積を計算します。	平均体積量
平均割り当て領域（前年）（体積）	このメトリックは前年の割り当て領域の平均体積を計算します。	平均体積量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均割り当て領域（前年） （面積）	このメトリックは前年の割り当て領域の平均面積を計算します。	平均面積
平均割り当て領域（前年） （1 次）	このメトリックは前年の割り当て領域の平均一次単位を計算します。	[平均 1 次数量]
平均割り当て領域（面積）	このメトリックは割り当て領域の平均面積を計算します。	平均面積
平均割り当て領域（1 次）	このメトリックは割り当て領域の平均一次単位を計算します。	[平均 1 次数量]
平均在庫仕入れ高	このメトリックは平均在庫仕入れ高を計算します。	$(([\text{BOH 原価高}] + [\text{EOH 原価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
平均在庫仕入れ高（前年）	このメトリックは前年の平均在庫仕入れ高を計算します。	$(([\text{BOH 原価高 (前年)}] + [\text{EOH 原価高 (合計) (前年)}]) / ([\text{在庫の週数 (前年)}] + 1))$
平均在庫売価高	このメトリックは平均在庫売価高を計算します。	$(([\text{BOH 売価高}] + [\text{EOH 売価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
平均在庫売価高（前年）	このメトリックは前年の平均在庫売価高を計算します。	$(([\text{BOH 売価高 (前年)}] + [\text{EOH 売価高 (合計) (前年)}]) / ([\text{在庫の週数 (前年)}] + 1))$
平均売上利益	このメトリックは平均売上利益を計算します。金額には返品を含みません。	平均売上利益額
平均売上利益（前年）	このメトリックは前年の平均売上利益を計算します。金額には返品を含みません。	平均売上利益額
平均売上高	このメトリックは平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	平均売上高
平均売上高（前年）	このメトリックは前年の平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	平均総売上高
平均売上高の競合価格比 変動率	このメトリックでは、小売業者とその競合他社の間の平均販売価格の変動率を計算します。	$((\text{売上高} / \text{売上単位}) - \text{競合他社平均価格}) / \text{競合他社平均価格}$
平均売価高	このメトリックは、総売上と販売した単位数に基づいて、平均売価高を計算します。	$(\text{売上高} / \text{売上単位})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均売価高（ローカル）	このメトリックは、総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均売価高を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{売上高（ローカル）}] / \text{売上単位})$
平均売価高（年累計）	このメトリックはアイテムの年累計平均売価高を計算します。	$([\text{売上高（年累計）}] / [\text{売上単位（年累計）}])$
平均売価高（月累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均売価高を週ごとに計算します。	$([\text{売上高（月累計）}] / [\text{売上単位（月累計）}])$
平均売価高（週累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均売価高を日ごとに計算します。	$([\text{売上高（週累計）}] / [\text{売上単位（週累計）}])$
平均契約原価高	このメトリックは、この契約で交渉された平均購入原価を計算します。	平均契約仕入れ原価額
平均小売価格	このメトリックは平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（ローカル）	このメトリックは平均小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$[\text{平均単位売価高（ローカル）}]$
平均小売価格（価格帯）	このメトリックは平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（年累計）	このメトリックはアイテムの年累計平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（月累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（週累計）	このメトリックはアイテムの週累計平均小売価格を日ごとに計算します。	平均単位売価高
平均小売価格と競合他社価格との差	このメトリックは、小売業者の平均小売価格と競合他社の小売価格との価格分散を計算します。	$([\text{売上高} / \text{売上単位}] - \text{競合他社平均価格})$
平均市場売価高	このメトリックは、市場売上と販売した市場単位の総数に基づいて、平均市場売価高を計算します。	$(\text{市場売上高} / \text{市場売上単位})$
平均市場特売売価高	このメトリックは、特売市場売上と販売した特売市場単位の総数に基づいて、平均市場売価高を計算します。	$(\text{市場特売売上高} / \text{市場特売売上単位})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均市場非特売売価高	このメトリックは、市場売上と市場特売売上の差に基づいて、特売品でない市場アイテムの平均売価高を計算します。	$((\text{市場売上高} - \text{市場特売売上高}) / (\text{市場売上単位} - \text{市場特売売上単位}))$
平均早着日数	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて早く配送された平均日数を計算します。	平均早着日数
平均早着時間	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて早く配送された平均時間を計算します。	平均早着時間
平均最大割り当て領域（体積）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て領域の体積を計算します。	平均最大体積額
平均最大割り当て領域（面積）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て領域の面積を計算します。	平均最大面積
平均最大割り当て領域（1次）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て一次領域を計算します。	平均一次最高数量
平均最小割り当て領域（体積）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て領域の体積を計算します。	平均最小体積額
平均最小割り当て領域（面積）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て領域の面積を計算します。	平均最小面積
平均最小割り当て領域（1次）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て一次領域を計算します。	平均一次最小数量
平均特売価格	このメトリックは、特売総売上と販売した単位数に基づいて、特売アイテムの平均価格を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{特売売上単位})$
平均特売価格（ローカル）	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均特売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{特売売上高（ローカル）}] / \text{売上単位})$
平均純売価高	このメトリックは、純売上合計と販売した単位数に基づいて、平均売価高を計算します。	$((\text{売上高} - \text{返品高}) / (\text{売上単位} - \text{返品単位}))$
平均複数単位売価価格	このメトリックは複数単位売価額を計算します。	平均複数単位売価価格
平均通常売上単位（期間・日単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を日ごとに計算します。	平均総売上量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均通常売上単位（期間・週単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を週ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・週単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を週ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・日単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を日ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上高（期間・日単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を日ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・日単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を日ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（前年）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（前年）（動的）	このメトリックは前年の評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売価高	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいて、平均通常売価高を計算します。	$(\text{通常売上高} / \text{通常売上単位})$
平均通常売価高（ローカル）	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均通常売価高を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{通常売上高（ローカル）}] / \text{売上単位})$
平均遅延日数	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて遅く配送された平均日数を計算します。	平均遅延日数
平均遅延時間	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて遅く配送された平均時間を計算します。	平均遅延時間
平均非特売売上高	このメトリックは特売品でないアイテムの平均価格を計算します。	$((\text{売上高} - \text{特売売上高}) / (\text{売上単位} - \text{特売売上単位}))$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗ごとの平均利益	このメトリックは、総利益と売上店舗数に基づいて店舗ごとの平均利益を計算します。	(利益 / 売上の店舗数)
店舗ごとの平均利益 (前年)	このメトリックは前年の店舗ごとの平均利益を週単位で計算します。	([利益 (前年)] / [売上の店舗数 (前年)])
店舗ごとの平均利益 (前年) (ローカル)	このメトリックは前年の店舗ごとの平均利益を週単位で計算し、店舗の現地通貨で表示します。	([利益 (前年) (ローカル)] / [売上の店舗数 (前年)])
店舗ごとの平均売上高	このメトリックは、総売上と売上店舗数に基づいて店舗ごとの平均売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	(売上高 / 売上の店舗数)
店舗ごとの平均売上高 (前年)	このメトリックは前年の店舗ごとの平均売上高を週単位で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	([売上高 (前年)] / [売上の店舗数 (前年)])
店舗ごとの平均売上高の対前年度変更率	このメトリックはロケーションレベルで店舗ごとの平均売上の前年に対する変動率を計算します。	(店舗ごとの平均売上高 - [店舗ごとの平均売上高 (前年)])
店舗ごとの純総仕入れ原価	このメトリックでは、店舗 (ロケーション) の数を純総仕入れ原価で計算します。	(純総仕入れ原価 / 分配コストの店舗数)
店舗ごとの純総仕入れ原価 (前年)	このメトリックでは、取引参加店舗 (ロケーション) の数を、前年の純総仕入れ原価で計算します。	([純総仕入れ原価 (前年)] / [分配コストの店舗数 (前年)])
店舗ごとの純総仕入れ原価における対前年度の利益変更率	このメトリックは取引参加店舗ごとに純総仕入れ原価を基にした利益の前年に対する変動を最優先通過で計算します。	(店舗ごとの純総仕入れ原価を基にした利益 - [店舗ごとの純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)])
店舗ごとの純総仕入れ原価の対前年度変更率	このメトリックは取引参加店舗ごとに純総仕入れ原価の前年に対する変動を計算します。	(店舗ごとの純総仕入れ原価 - [店舗ごとの純総仕入れ原価 (前年)])
店舗ごとの純総仕入れ原価を基にした利益	このメトリックでは、取引参加店舗 (ロケーション) ごとの純総仕入れ原価を基にした利益を、最優先通貨で計算します。	(純総仕入れ原価を基にした利益 / 分配コストの店舗数)

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗ごとの純総仕入れ原価を基にした利益（前年）	デパートメントレベルの純総仕入れ原価を基にした取引先総利益を通常、特売、クリアランスの売上データと取引先純総仕入れ原価に基づくカテゴリ別に計算します。最優先通貨で格納されます。	$([\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)}] / [\text{分配コストの店舗数 (前年)}])$
店舗内のクリアランス値下げ高	このメトリックでは、店舗内のクリアランス値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内のクリアランス値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の店舗内のクリアランス値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高	このメトリックでは、店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高	このメトリックでは、店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗内の特売値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高	このメトリックでは、店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内値下げ額の前年比変更率	このメトリックでは、店舗内値下げ売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{店舗内の値下げ高} - [\text{店舗内の値下げ高 (前年)}]) / [\text{店舗内の値下げ高 (前年)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗内通常値下げ額の前年比変更率	このメトリックでは、店舗内通常値下げ売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$\frac{([店舗内の通常値下げ高 - [店舗内の通常値下げ高 (前年)])}{[店舗内の通常値下げ高 (前年)]}$
店舗数	このメトリックでは店舗の総数を数えます。	店舗数
店舗販売に対する平均市場アイテム	このメトリックは、製品を保持する各店舗で有効な選択した製品の異なる UPC の平均数を計算します。	店舗販売に対する平均市場アイテム
従業員の割引額	このメトリックでは、従業員割引額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	従業員に対する総売上割引額
手持ち在庫表示（アイテム、日）	このシステム表示は、指定したアイテムに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。	手持ち在庫数量
手持ち在庫表示（ロケーション）	このシステム表示は、指定したロケーションに関する照合可能な手持ち在庫リファレンスを取得するための在庫表を示します。	手持ち在庫数量
振替単位	このメトリックは振替の単位数量を計算します。	振替数量
振替原価高	このメトリックは振替原価高を計算します。	振替原価額
振替売価高	このメトリックは振替売価高を計算します。	振替売価額
日数	このメトリックでは日数を数えます。	日数
日数（月）	このメトリックでは特定の月の合計日数を数えます。	日数
時間どおりの配送数	このメトリックでは、時間どおりに到着した配送の総数を計算します。	時間どおりの配送数
時間どおりの配送数（前年）	このメトリックでは、時間どおりに到着した前年の配送の総数を計算します。	時間どおりの配送数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
最大納入インボイス原価額	このメトリックでは、レポートで選択した取引先、アイテム、ロケーション、および日に対する取引先インボイスの最大原価を計算します。	最大納入インボイス原価額
最小納入インボイス原価額	このメトリックでは、レポートで選択した取引先、アイテム、ロケーション、および日に対する取引先インボイスの最小原価を計算します。	最小納入インボイス原価額
月に対する在庫切れ日数の比率	このメトリックでは、アイテムが在庫切れになった、または手持ち在庫単位が 0 以下になった時間（日数）の比率を計算します。	$(\text{在庫切れの日数} / [\text{日数}(\text{月})])$
月数	このメトリックでは期間の数を数えます。	月数
月次平均利益	このメトリックは、選択した期間の数期間にわたる利益を計算します。	$(\text{利益} / \text{月数})$
月次平均売上高	このメトリックは、選択した期間の数期間にわたる売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(\text{売上高} / \text{月数})$
期間終了日	このシステムメトリックでは、期間の終了日を計算します。	期間終了日
期間開始日	このシステムメトリックでは、期間の開始日を計算します。	期間開始日
期間開始日 - 店舗開始日	このシステムメトリックでは、期間の開始日と店舗の開始日との日数の差を計算します。	<code>ApplySimple("Case When #1 is Null Then (#0-#2) Else (#0-#1) End", 期間開始日, 開店日, 期間開始日)</code>
構成店舗利益	このメトリックは、構成店舗の合計利益を、構成店舗の返品による損失も含めて計算します。	利益額
構成店舗利益（前年）	このメトリックは、構成店舗の前年の週別合計利益を、構成店舗の前年の週別の返品による損失も含めて計算します。	利益額
構成店舗利益の前年比変更率	このメトリックでは、比較店舗の利益の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$(\text{構成店舗利益} / [\text{構成店舗利益}(\text{前年})])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
構成店舗売上の前年比変更率	このメトリックでは、比較店舗の売上高の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$\frac{((\text{構成店舗売上高} - [\text{構成店舗売上高 (前年)}])}{(\text{前年})})}{[\text{構成店舗売上高 (前年)}]}$
構成店舗売上高	構成店舗の売上を計算します。比較期間の開始前の 53 週間オープンしていなかった店舗や、比較期間の終了時に既にクローズしていた店舗の売上は除外されます。	売上額
構成店舗売上高（前年）	前年の構成店舗の売上を計算します。比較期間の開始前の 53 週間オープンしていなかった店舗や、比較期間の終了時に既にクローズしていた店舗の売上は除外されます。	売上額
為替通貨レート（MO）	このメトリックは、平均為替レートを計算します。	為替通貨レート
特売のために発送された個々の送料	このメトリックは、顧客ごとの特売の配送原価を計算します。	メールに対する特売コスト
特売アイテムの比率	このメトリックでは、総売上に対する特売アイテムの比率を計算します。	$(\text{特売アイテム数} / [\text{販売アイテム数 (時間暦) (MO)}])$
特売アイテム数	このメトリックでは特売アイテムの数を数えます。	販売アイテム数
特売パック売上比率	このメトリックでは、パック総売上に対する特売パック売上の貢献度比率を計算します。これは、特売のパックの比率です。	$(\text{特売パック売上高} / \text{パック売上高})$
特売パック売上高	このメトリックでは、特売パック売上の総額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	パック売上額
特売価格の変動（競合他社の特売価格と比較）	このメトリックは、小売業者の平均特売価格と競合他社の特売価格の価格分散を計算します。	$((\text{特売売上高} / \text{特売売上単位}) - \text{競合他社平均特売価格})$
特売価格の変動率（競合他社の特売価格と比較）	このメトリックでは、小売業者の平均特売売上高とその競合他社の特売価格の間の変動率を計算します。	$(((\text{特売売上高} / \text{特売売上単位}) - \text{競合他社平均特売価格}) / \text{競合他社平均特売価格})$
特売値下げ高	このメトリックでは特売値下げ売上を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
特売値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日中の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高 VAT	このメトリックでは、特売値下げの VAT 額を計算します。	[値下げ VAT 額]
特売値下げ高 VAT	このメトリックでは特売値下げ売上を計算します。	[値下げ VAT 額]
特売値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、特売値下げの売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{特売値下げ高} - [\text{特売値下げ高 (前年)}]) / [\text{特売値下げ高 (前年)}])$
特売値下げ高の現行計画比変動率	このメトリックでは、特売値下げ売上の計画に対する変動率を計算します。	$((\text{特売値下げ高} - \text{現行計画特売値下げ高}) / \text{現行計画特売値下げ高})$
特売利益率	このメトリックでは、特売返品による利益減を含む特売売上利益の特売売上に対する貢献度比率を計算します。	$(\text{特売利益高} / \text{特売売上高})$
特売利益高	このメトリックでは特売売上で得た利益を計算します。	利益額
特売割引率	このメトリックでは、特売アイテムの割引率を計算します。	$((\text{平均非特売売上高} - \text{平均特売価格}) / \text{平均非特売売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
特売売上の店舗数	このメトリックでは特売店舗の数を数えます。	売上の店舗数
特売売上単位	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計単位数量を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
特売売上単位（アイテム）	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計数をアイテム別に計算します。	売上数量
特売売上単位（ロケーション）	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計数をロケーション別に計算します。	売上数量
特売売上率	このメトリックでは、総売上に対する特売売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{売上高})$
特売売上高	このメトリックでは特売売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
特売売上高（ローカル）	このメトリックでは、特売売上高を店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
特売売上高（前年）	このメトリックでは特売売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
特売売上高の貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対する特売売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{売上高})$
特売店舗の比率	このメトリックでは、総売上に対する特売店舗の比率を計算します。	$(\text{特売売上の店舗数} / [\text{売上の店舗数 (時間暦) (MO)}])$
現行計画 BOP 原価高	このメトリックは、選択した期間の期初の計画手持ち在庫の原価高を計算します。	[現行計画 BOP 原価額]
現行計画 BOP 売価高	このメトリックは、選択した期間の期初の計画手持ち在庫の売価高を計算します。	[現行計画 BOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画 BOP 売価高 (カンパニー)	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、会社レベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (クラス)	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、クラスレベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (グループ)	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、グループレベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、ディヴィジョンレベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (デパートメント)	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、デパートメントレベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 週ごとの供給	このメトリックは、現行計画売上高に対する現行計画の期初在庫高の比率を週ベースで計算します。	$([現行計画 BOP 売価高] / (現行計画売上高 / 現行計画売上の週数))$
現行計画 EOP 仕入れ原価高	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の原価高を計算します。	[現行計画 EOP 仕入れ原価額]
現行計画 EOP 仕入れ原価高 (合計)	このメトリックは、選択した期間中の計画手持ち在庫の原価高を計算します。	[現行計画 EOP 仕入れ原価額]
現行計画 EOP 売価高	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]
現行計画 EOP 売価高 (合計)	このメトリックは、選択した期間中の計画手持ち在庫の売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]
現行計画 EOP 売価高 (年累計)	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の年累計売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画 EOP 売価高（月累計）	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の指定日までの期間の売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]
現行計画 EOP 売価高（計画シーズン累計）	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫のシーズン累計売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]
現行計画 EOP 売価高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の終了時在庫高に対する現行計画の終了時在庫高の増加率または減少率を計算します。	$([現行計画 EOP 売価高] - [EOH 売価高 (前年)]) / [EOH 売価高 (前年)]$
現行計画 GMROI	このメトリックは、現行計画粗利益高を現行計画平均在庫仕入れ額で除算して、現行計画商品投下資本粗利益率を計算します。	$(現行計画粗利益高 / 現行計画平均在庫仕入れ高)$
現行計画クリアランス値下げ高	このメトリックは、CP クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高（前年）	このメトリックは、前年に関して、CP クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高（年累計）	このメトリックは、年累計計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高（月累計）	このメトリックは、指定日までの期間の計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックは、計画シーズン累計計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画コミットメント	このメトリックは、発注済みであるが未承認のアイテムの CP 金額を計算します。	現行計画コミットメント売価額
現行計画ベンダーに返品された単位	このメトリックは、何らかの理由でベンダーに返品される予定のアイテムの合計現行計画数量を計算します。	現行計画ベンダーに返品された数量
現行計画ベンダーに返品された売価高	このメトリックは、何らかの理由でベンダーに返品される予定のアイテムの合計現行計画売価額を計算します。	現行計画ベンダーに返品された売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画ロス額	このメトリックは、現行計画不足額（つまり現行計画ロス額）を計算します。	現行計画ロス売価額
現行計画値下げ率	このメトリックでは、現行計画の値下げ高を現行計画の売上高で割ることによって、現行計画の値下げ率を計算します。	$(\text{現行計画値下げ高} / \text{現行計画売上高})$
現行計画値下げ率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の指定日までの年値下げ売上高の合計を現行計画の指定日までの年売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの年総値下げ率を計算します。	$([\text{現行計画値下げ高（年累計）}] / [\text{現行計画売上高（年累計）}])$
現行計画値下げ率（月累計）	現行計画の指定日までの期間値下げ売上高の合計を現行計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの期間総値下げ率を計算します。	$([\text{現行計画値下げ高（月累計）}] / [\text{現行計画売上高（月累計）}])$
現行計画値下げ率（計画シーズン累計）	現行計画の指定日までのシーズン計画値下げ売上高の合計を指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、現行計画の指定日までのシーズン計画総値下げ率を計算します。	$([\text{現行計画値下げ高（計画シーズン累計）}] / [\text{現行計画売上高（計画シーズン累計）}])$
現行計画値下げ高	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画値下げ高を計算します。	$((\text{現行計画クリアランス値下げ高} + \text{現行計画特売値下げ高}) + \text{現行計画通常値下げ高})$
現行計画値下げ高（前年）	このメトリックは、前年に関して、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画値下げ高を計算します。	$(([\text{現行計画クリアランス値下げ高（前年）}] + [\text{現行計画特売値下げ高（前年）}]) + [\text{現行計画通常値下げ高（前年）}])$
現行計画値下げ高（年累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の年累計現行計画値下げ高を計算します。	$(([\text{現行計画クリアランス値下げ高（年累計）}] + [\text{現行計画特売値下げ高（年累計）}]) + [\text{現行計画通常値下げ高（年累計）}])$
現行計画値下げ高（月累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の指定日までの期間の現行計画値下げ高を計算します。	$(([\text{現行計画クリアランス値下げ高（月累計）}] + [\text{現行計画特売値下げ高（月累計）}]) + [\text{現行計画通常値下げ高（月累計）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画シーズン累計現行計画値下げ高を計算します。	$(([\text{現行計画クリアランス値下げ高（計画シーズン累計）}] + [\text{現行計画特売値下げ高（計画シーズン累計）}] + [\text{現行計画通常値下げ高（計画シーズン累計）}])$
現行計画値下げ高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の実際の値下げ売上に対する今年の現行計画の値下げ売上の増加率または減少率を週ごとに計算します。	$(([\text{現行計画値下げ高（前年）}] - [\text{現行計画値下げ高（前年）}]) / [\text{現行計画値下げ高（前年）}])$
現行計画入荷売価高	このメトリックは、実際に入荷したアイテムの現行計画売価高を計算します。	現行計画入荷売価額
現行計画利益	このメトリックは、売上見込みに基づいて総計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（エリア）	このメトリックは、エリアレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（カンパニー）	このメトリックは、カンパニーレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（カンパニー）に対する現行計画利益の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの計画利益に対する計画利益の貢献度比率を計算します。	$([\text{現行計画利益}] / [\text{現行計画利益（カンパニー）}])$
現行計画利益（チェーン）	このメトリックは、チェーンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ディストリクト）	このメトリックは、ディストリクトレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ディヴィジョン）	このメトリックは、ディヴィジョンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（デパートメント）	このメトリックは、デパートメントレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（デパートメント）に対する現行計画利益の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの計画利益に対する計画利益の貢献度比率を計算します。	$([\text{現行計画利益}] / [\text{現行計画利益（デパートメント）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画利益（リージョン）	このメトリックは、リージョンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ロケーション）	このメトリックは、ロケーションレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（前年）	このメトリックは、前年に関して、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（前週）	このメトリックは、前週に関して、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益率	このメトリックでは、計画売上に対する計画利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{現行計画利益} / \text{現行計画売上高})$
現行計画受入合計	このメトリックは、受取予定、発注中、コミットメント、受取見積を合計し、発注中のキャンセルを差し引いて、現行計画受入合計を計算します。	$(((((\text{現行計画入荷売価高} + \text{現行計画発注中売価高}) - \text{現行計画発注中キャンセル売価高}) + \text{現行計画コミットメント}) + \text{現行計画受取売価高})$
現行計画受取単位	このメトリックは、受け取る予定の計画単位数量を計算します。	現行計画受取数量
現行計画受取原価高	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（年累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの年累計現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（月累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（計画シーズン累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムのシーズン累計現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取売価高	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画売価高を計算します。	現行計画受取売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画受取売価高（年累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画年累計売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画受取売価高（月累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の現行計画売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画受取売価高（計画シーズン累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画シーズン累計売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画合計在庫値下げ	このメトリックは、現行計画売上、現行計画値下げ、現行計画ロス、現行計画のベンダーへの返品の合計を計算します。	$((\text{現行計画売上高} + \text{現行計画値下げ高}) + \text{現行計画ロス額}) + \text{現行計画ベンダーに返品された売価高}$
現行計画在庫の週数	このメトリックでは、現行計画にしたがって計画在庫がゼロより大きい週の数を数えます。	現行計画在庫の週数
現行計画在庫回転数	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(\text{現行計画売上高} / \text{現行計画平均在庫売価高})$
現行計画売上の週数	このメトリックでは、現行計画通常売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	現行計画売上の週数
現行計画売上単位	通常計画売上単位、クリアランス計画売上単位、特売計画売上単位に基づいて、合計計画売上単位を計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（エリア）	通常計画売上単位、クリアランス計画売上単位、特売計画売上単位に基づいて、合計計画売上単位を計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（カンパニー）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、カンパニーの現行計画合計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上単位（グループ）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、グループの現行計画合計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（チェーン）	このメトリックは、計画売上単位の数量をチェーンレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（ディストリクト）	このメトリックは、計画売上単位の数量をディストリクトレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（ディヴィジョン）	このメトリックは、計画売上単位の数量をディヴィジョンレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（デパートメント）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、デパートメントの現行計画合計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（リージョン）	このメトリックは、計画売上単位の数量をリージョンレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（ロケーション）	このメトリックは、計画売上単位の数量をロケーションレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（前年）	このメトリックは、前年に関して、計画売上単位の数量を週別に計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（前週）	このメトリックは、前週に関して、計画売上単位の数量を週別に計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上単位（月累計）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、現行計画月累計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（計画シーズン累計）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、現行計画シーズン累計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量
現行計画売上原価	このメトリックは、計画売上原価を計算します。計画売上高から計画利益額を引いたものとして定義されています。	$(\text{現行計画売上高} - \text{現行計画利益})$
現行計画売上高	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画合計売上高を計算します。これは純返品量です。	現行計画売上額
現行計画売上高（エリア）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（カンパニー）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、カンパニーの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（クラス）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、クラスの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（グループ）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、グループの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上高（チェーン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計計画売上高をチェーンレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（ディストリクト）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計売上高をディストリクトレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（ディヴィジョン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計売上高をディストリクトレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（デパートメント）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、デパートメントの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（リージョン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計計画売上高をリージョンレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（ロケーション）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、グループの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（供給の週数）	このメトリックは、現行計画の手持ち在庫高と選択した評価期間の平均売上に基づいて、供給の週数を計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] / [\text{平均通常売上高 (期間・週単位)}])$
現行計画売上高（前年）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、前年の合計計画売上高を週別に計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上高（前週）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、前週の合計計画売上高を週別に計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（年累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画年累計売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（月累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画月累計売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（計画シーズン累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画シーズン累計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高に対する純売上高の貢献度比率	このメトリックでは、現行計画の売上に対する実際の売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / \text{現行計画売上高})$
現行計画売上高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の純売上に対する現行計画の売上の増加率または減少率を週ごとに計算します。	$((\text{現行計画売上高} - [\text{売上高 (前年)}]) / [\text{売上高 (前年)}])$
現行計画平均在庫仕入れ高	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(([\text{現行計画 BOP 原価高}] + [\text{現行計画 EOP 仕入れ原価高 (合計)}]) / (\text{現行計画在庫の週数} + 1))$
現行計画平均在庫売価高	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(([\text{現行計画 BOP 売価高}] + [\text{現行計画 EOP 売価高 (合計)}]) / (\text{現行計画在庫の週数} + 1))$
現行計画引当済在庫	このメトリックは、現行計画期初手持ち在庫を現行計画売上高で除算して、現行計画引当済在庫率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / \text{現行計画売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画特売値下げ高	このメトリックは、計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高（前年）	このメトリックは、前年に関して、現行計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高（年累計）	このメトリックは、年累計計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高（月累計）	このメトリックは、指定日までの期間の計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックは、指定日までの期間の計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画発注中キャンセル売価高	このメトリックは、現行計画キャンセル済み発注高を計算します。	現行計画発注がキャンセルされた売価額
現行計画発注中売価高	このメトリックは、発注された商品の現行計画売価高を計算します。	現行計画発注売価額
現行計画粗利益率	このメトリックでは、現行計画の粗利益額を現行計画の売上高で割ることによって、現行計画の粗利益率を計算します。	(現行計画粗利益高 / 現行計画売上高)
現行計画粗利益率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の指定日までの年粗利益額を現行計画の指定日までの年売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの年計画粗利益率を計算します。	([現行計画粗利益高（年累計）] / [現行計画売上高（年累計）])
現行計画粗利益率（月累計）	このメトリックでは、現行計画の指定日までの期間粗利益額を現行計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの期間粗利益率を計算します。	([現行計画粗利益高（月累計）] / [現行計画売上高（月累計）])
現行計画粗利益率（計画シーズン累計）	現行計画の指定日までのシーズン計画粗利益額を現行計画の指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、現行計画の指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	([現行計画粗利益高（計画シーズン累計）] / [現行計画売上高（計画シーズン累計）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画粗利益額の前年比変動率	このメトリックでは、現行計画の粗利益額の前年からの増加率または減少率を計算します。	$((\text{現行計画粗利益高} - [\text{現行計画粗利益高 (前年)}]) / [\text{現行計画粗利益高 (前年)}])$
現行計画粗利益高	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高 (前年)	このメトリックは、前年に関して、現行計画総利益額に基づいて現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高 (年累計)	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、年累計現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高 (月累計)	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、指定日までの期間の現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高 (計画シーズン累計)	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、計画シーズン累計現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画累積値入率	このメトリックでは、現行計画の累積値入率を計算します。	現行計画累積値入額
現行計画通常値下げ高	このメトリックは、計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高 (前年)	このメトリックは、前年に関して、現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高 (年累計)	このメトリックは、年累計現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高 (月累計)	このメトリックは、指定日までの期間の現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックは、計画シーズン累計現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
発注どおりの配送数	このメトリックでは、発注品が全数入荷した配送の総数を計算します。これは発注どおりの配送数です。	発注どおりの配送数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
発注どおりの配送数（前年）	このメトリックでは、発注品が全数入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注どおりの配送数です。	発注どおりの配送数
発注を不足した配送の数	このメトリックでは、発注品の一部が入荷した配送の総数を計算します。これは発注を不足した配送の数です。	発注を不足した配送の数
発注を不足した配送の数（前年）	このメトリックでは、発注品の一部が入荷した前年の配送の総数を計算します。これは発注を不足した前年の配送の数です。	発注を不足した配送の数
発注を超過した配送の数	このメトリックでは、発注書の数量より多く入荷した配送の総数を計算します。これは発注を超過した配送の数です。	発注を超過した配送の数
発注を超過した配送の数（前年）	このメトリックでは、発注書の数量より多く入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注を超過した配送の数です。	発注を超過した配送の数
発注中単位	このメトリックでは、発注中アイテムの単位数を計算します。	発注中数量
発注中原価高	このメトリックでは、発注中のアイテムの原価高を計算します。	発注中原価額
発注中売価高	このメトリックでは、発注中アイテムの売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（前年）	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度の売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（年累計）	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの年間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（年累計、前年）	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの年間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（月累計）	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの期間売価高を計算します。	発注中売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
発注中売価高（月累計、前年）	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの期間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	発注中売価額
発注実行の評価	このメトリックでは、全発注数が入荷した場合の入荷済み合計配送数の比率に基づいて、発注実行の評価を計算します。	$(\text{発注どおりの配送数} / \text{発注配送数})$
発注実行の評価（前年）	このメトリックでは、全発注数が入荷した場合の入荷済み合計配送数の比率に基づいて、前年度の発注実行の評価を計算します。	$([\text{発注どおりの配送数（前年）}] / [\text{発注配送数（前年）}])$
発注実行評価の変動	このメトリックでは、前年度における発注実行評価の変動を計算します。	$((\text{発注実行の評価} - [\text{発注実行の評価（前年）}]) / [\text{発注実行の評価（前年）}])$
発注配送数	このメトリックでは、発注に応じて入荷した配送の総数を計算します。これは発注配送の数です。	$((\text{発注どおりの配送数} + \text{発注を不足した配送の数}) + \text{発注を超過した配送の数})$
発注配送数（前年）	このメトリックでは、発注に応じて入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注配送の数です。	$(([\text{発注どおりの配送数（前年）}] + [\text{発注を不足した配送の数（前年）}]) + [\text{発注を超過した配送の数（前年）}])$
発送単位予算	このメトリックでは、計画に基づいて発送用に残されている単位数量を計算します。	$(\text{現行計画受取単位} - [\text{EOH 単位}])$
発送高予算	このメトリックでは、計画に基づいて発送用に残されているアイテムの売価高を計算します。	$(\text{現行計画受取売価高} - [\text{EOH 売価高}])$
移動中の単位	このメトリックでは、現在移動中の在庫の単位数量を計算します。	移動中の原価数量
移動中の原価高	このメトリックでは、現在移動中の在庫の原価高を計算します。	移動中の原価高

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
移動中の売価高	このメトリックでは、現在移動中の在庫の売価高を計算します。	移動中の売価額
競合他社平均価格	このメトリックは競合他社の小売単価を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均価格（ローカル）	このメトリックは競合他社の小売単価額を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[競合他社平均単位売価額（ローカル）]
競合他社平均特売価格	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均特売価格（ローカル）	このメトリックは競合他社の平均特売小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[競合他社平均単位売価額（ローカル）]
競合他社平均複数単位売価価格	このメトリックは複数単位売価額を計算します。	競合他社平均複数単位売価額
競合他社平均通常価格	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均通常価格（ローカル）	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[競合他社平均単位売価額（ローカル）]
粗利益率	このメトリックでは、週ごとの粗利益額を週ごとの売上高で割ることによって、粗利益率を週ごとに計算します。	(粗利益額 / 売上高)
粗利益率（前年）	このメトリックでは、前年の粗利益額を前年の売上高で割ることによって、前年の粗利益率を週ごとに計算します。	([粗利益額（前年）] / [売上高（前年）])
粗利益率（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年粗利益高を指定日までの年売上高で割ることによって、指定日までの年粗利益率を計算します。	([粗利益額（年累計）] / [売上高（年累計）])
粗利益率（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの年粗利益高を前年の指定日までの年計画売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	([粗利益額（年累計、前年）] / [売上高（年累計、前年）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
粗利益率（月累計）	このメトリックでは、週ごとの指定日までの期間粗利益高を指定日までの期間売上高で割ることによって、指定日までの期間粗利益率を計算します。	$([\text{粗利益額（月累計）}] / [\text{売上高（月累計）}])$
粗利益率（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間粗利益高を前年の指定日までの期間売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	$([\text{粗利益額（月累計、前年）}] / [\text{売上高（月累計、前年）}])$
粗利益率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズン粗利益高を指定日までのシーズン売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	$([\text{粗利益額（計画シーズン累計）}] / [\text{売上高（計画シーズン累計）}])$
粗利益率（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までのシーズン計画粗利益高を前年の指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	$([\text{粗利益額（計画シーズン累計、前年）}] / [\text{売上高（計画シーズン累計、前年）}])$
粗利益額	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	利益
粗利益額（前年）	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（前年）]
粗利益額（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（年累計）]
粗利益額（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（年累計、前年）]
粗利益額（月累計）	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（月累計）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
粗利益額（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間の粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（月累計、前年）]
粗利益額（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズン粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づき、週ごとに計算します。	利益
粗利益額（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの計画シーズン粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（計画シーズン累計、前年）]
粗利益額（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（週累計）]
粗利益額のオリジナル計画との差	このメトリックは、今年の粗利益額とオリジナル計画の粗利益額の差を計算します。	(粗利益額 - オリジナル計画粗利益高)
粗利益額のオリジナル計画との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）とオリジナル計画の粗利益額（年累計）の差を計算します。	([粗利益額（年累計）] - [オリジナル計画粗利益高（年累計）])
粗利益額のオリジナル計画との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）とオリジナル計画の粗利益額（月累計）の差を計算します。	([粗利益額（月累計）] - [オリジナル計画粗利益高（月累計）])
粗利益額のオリジナル計画との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）とオリジナル計画の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	([粗利益額（計画シーズン累計）] - [オリジナル計画粗利益高（計画シーズン累計）])
粗利益額の前年との差	このメトリックは、今年の粗利益額と前年の粗利益額の差を週ごとに計算します。	(粗利益額 - [粗利益額（前年）])
粗利益額の前年との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）と前年の粗利益額（年累計）の差を計算します。	([粗利益額（年累計）] - [粗利益額（年累計、前年）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
粗利益額の前年との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）と前年の粗利益額（月累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（月累計）}] - [\text{粗利益額（月累計、前年）}])$
粗利益額の前年との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）と前年の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（計画シーズン累計）}] - [\text{粗利益額（計画シーズン累計、前年）}])$
粗利益額の現行計画との差	このメトリックは、今年の粗利益額と現行計画の粗利益額の差を計算します。	$(\text{粗利益額} - \text{現行計画粗利益高})$
粗利益額の現行計画との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）と現行計画の粗利益額（年累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（年累計）}] - [\text{現行計画粗利益高（年累計）}])$
粗利益額の現行計画との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）と現行計画の粗利益額（月累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（月累計）}] - [\text{現行計画粗利益高（月累計）}])$
粗利益額の現行計画との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）と現行計画の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（計画シーズン累計）}] - [\text{現行計画粗利益高（計画シーズン累計）}])$
純売上高に対するクリアランス値下げ高の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対するクリアランス値下げの純売上への貢献度比率を計算します。	$(\text{クリアランスの値下げ高} / \text{売上高})$
純売上高に対する特売値下げ高の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対する特売値下げの売上への貢献度比率を計算します。	$(\text{特売値下げ高} / \text{売上高})$
純売上高に対する通常値下げ額の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対する通常値下げの売上への貢献度比率を計算します。	$(\text{通常値下げ高} / \text{売上高})$
純売上高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対する売上高の増加率または減少率を計算します。	$((\text{売上高} - \text{オリジナル計画売上高}) / \text{オリジナル計画売上高})$
純売上高のオリジナル計画比変動率（年累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対する売上高の指定日までの年増加率または減少率を計算します。	$(([\text{売上高（年累計）}] - [\text{オリジナル計画売上高（年累計）}]) / [\text{オリジナル計画売上高（年累計）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
純売上高のオリジナル計画比 変動率（月累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の 売上高に対する売上高の指定日ま での期間増加率または減少率を計 算します。	$(([\text{売上高（月累計）}] - [\text{オリジナル計画売上高（月累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（月累計）}])$
純売上高のオリジナル計画比 変動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の 売上高に対する売上高の指定日ま でのシーズン増加率または減少率を 計算します。	$(([\text{売上高（計画シーズン累計）}] - [\text{オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）}] /[\text{オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）}])$
純売上高の現行計画比変 動率	このメトリックでは、現行計画の売上 高に対する売上高の増加率または 減少率を計算します。	$((\text{売上高} - \text{現行計画売上高}) / \text{現行計画売上高})$
純売上高の現行計画比変 動率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の売上 高に対する売上高の指定日までの 年増加率または減少率を計算し ます。	$(([\text{売上高（年累計）}] - [\text{現行計画売上高（年累計）}] / [\text{現行計画売上高（年累計）}])$
純売上高の現行計画比変 動率（月累計）	このメトリックでは、現行計画の売上 高に対する売上高の指定日までの 期間増加率または減少率を計算し ます。	$(([\text{売上高（月累計）}] - [\text{現行計画売上高（月累計）}] / [\text{現行計画売上高（月累計）}])$
純売上高の現行計画比変 動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、現行計画の売上 高に対する売上高の指定日までの シーズン増加率または減少率を週ご とに計算します。	$(([\text{売上高（計画シーズン累計）}] - [\text{現行計画売上高（計画シーズン累計）}] / [\text{現行計画売上高（計画シーズン累計）}])$
純総仕入れ原価	このメトリックでは、取引先純総仕入 れ原価を計算します。これは最優先 通貨で格納されます。	純総仕入れ原価額
純総仕入れ原価（ローカル）	このメトリックでは、取引先純総仕入 れ原価を計算します。これは現地通 貨で格納されます。	[純総仕入れ原価額（ローカル）]
純総仕入れ原価（前年）	このメトリックでは、前年に関して、ロ ケーションにおけるアイテムの取引先 純総仕入れ原価を計算します。	純総仕入れ原価額
純総仕入れ原価（前月）	このメトリックでは、前期の取引先純 総仕入れ原価を計算します。これは 最優先通貨で格納されます。	純総仕入れ原価額
純総仕入れ原価の前年比変 更率	このメトリックでは、取引先純総仕入 れ原価について今年と前年の間の 変動率を計算します。	$((\text{純総仕入れ原価} - [\text{純総仕入れ原価（前年）}]) / [\text{純総仕入れ原価（前年）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
純総仕入れ原価の前月比変更率	このメトリックでは、取引先純総仕入れ原価について今期と前期の間の変動を計算します。	$\frac{((\text{純総仕入れ原価} - [\text{純総仕入れ原価}(\text{前月})])}{[\text{純総仕入れ原価}(\text{前月})]}$
純総仕入れ原価の比較（前月）	このメトリックは、取引先の純総仕入れ原価の今期と前期の差を計算します。	$((\text{純総仕入れ原価} - [\text{純総仕入れ原価}(\text{前月})]) / [\text{純総仕入れ原価}(\text{前月})])$
純総仕入れ原価を基にした利益	このメトリックでは、取引先純総利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上と取引先純総仕入れ原価に基づいて計算します。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（MF）	一定期間の純総仕入れ原価が基の取引先利益を通常、特売、クリアランス売上と取引先純総仕入れ原価を基に最優先通貨で計算します。メトリックとフィルタ(MF)のみ考慮します。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、グループレベルの純総仕入れ原価を基にした利益を、最優先通貨で計算します。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（デパートメント）	デパートメントレベルの純総仕入れ原価を基にした取引先総利益を、通常、特売、クリアランスの売上データと取引先純総仕入れ原価に基づき、デパートメント別に計算します。最優先通貨で格納されます。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（デパートメント、取引先）	このメトリックでは、デパートメントレベルの取引先純総利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上と取引先基準原価に基づいて計算します。これは最優先通貨で格納されます。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（前年）	このメトリックでは、前年に関して、純総仕入れ原価を基にした利益を、最優先通貨で計算します。	純総利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
純総仕入れ原価を基にした利益に対する貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内の純総仕入れ原価を基にした総利益に対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	(純総仕入れ原価を基にした利益 / [純総仕入れ原価を基にした利益 (MF)])
純総仕入れ原価を基にした利益率	このメトリックでは、総売上に対する純総利益の貢献度比率を計算します。	(純総仕入れ原価を基にした利益 / 売上高)
純総仕入れ原価を基にした利益率 (前年)	このメトリックでは、前年の売上高に対する貢献度比率に基づいて、前年の純総仕入れ原価の利益を計算します。	([純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)] / [売上高 (前年)])
純総仕入原価を基にした利益に対する貢献度比率 (デパートメント、取引先)	このメトリックでは、デパートメントレベルでの純総利益の合計に対する純総利益の貢献度比率を計算します。	(純総仕入れ原価を基にした利益 / [純総仕入れ原価を基にした利益 (デパートメント、取引先)])
総仕入れ原価	指定された日にロケーションにあるアイテムの取引先総仕入れ原価を計算します。基準原価から、小売業者による全ディールを差し引いた金額 (総仕入れ原価) です。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価 (グループ)	1 つのグループ合計に関して指定された日にロケーションにあるアイテムの取引先総仕入れ原価を計算します。基準原価から小売業者の全ディールを引いた額 (総仕入れ原価) です。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価 (グループ、前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループレベルの取引先総仕入れ原価を計算します。基準原価から、小売業者による全ディールを差し引いた金額 (総仕入れ原価) です。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価 (ローカル)	このメトリックでは、取引先総仕入れ原価を計算します。これは現地通貨で格納されます。	[総仕入れ原価額 (ローカル)]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総仕入れ原価（前年）	このメトリックでは、前年に関して、アイテムの取引先総仕入れ原価を計算します。基準原価から、小売業者による全ディールを差し引いた金額（総仕入れ原価）です。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価（前月）	このメトリックでは、前期の取引先総仕入れ原価を計算します。これは最優先通貨で格納されます。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価の前月比変更率	このメトリックでは、取引先総仕入れ原価について今期と前期の間の変動を計算します。	$((\text{総仕入れ原価} - [\text{総仕入れ原価（前月）}]) / [\text{総仕入れ原価（前月）}])$
総仕入れ原価の比較（前月）	このメトリックは、取引先の総仕入れ原価の今期と前期の差を計算します。	$(\text{総仕入れ原価} - [\text{総仕入れ原価（前月）}])$
総仕入れ原価を基にした利益	このメトリックでは、取引先純利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上と取引先総仕入れ原価に基づいて計算します。これは最優先通貨で格納されます。	純利益額
総仕入れ原価を基にした利益（MF）	選択期間の総仕入れ原価が基の取引先利益を通常、特売、クリアランス売上と取引先総仕入れ原価を基に、最優先通貨で計算します。メトリックとフィルタ(MF)のみ考慮します。	純利益額
総仕入れ原価を基にした利益（デパートメント）	デパートメントレベルの総仕入れ原価を基にした取引先総利益を、通常、特売、クリアランスの売上データと取引先総仕入れ原価に基づいて、デパートメント別に計算します。最優先通貨で格納されます。	純利益額
総仕入れ原価を基にした利益（デパートメント、取引先）	デパートメントレベルの総仕入れ原価を基にした取引先総利益を通常、特売、クリアランスの売上データと取引先総仕入れ原価に基づきデパートメント/全取引先別に計算します。最優先通貨で格納されます。	純利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総仕入れ原価を基にした利益に対する貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内の総仕入れ原価を基にした総利益に対する、総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{総仕入れ原価を基にした利益} / [\text{総仕入れ原価を基にした利益 (MF)}])$
総仕入れ原価を基にした利益に対する貢献度比率 (デパートメント、取引先)	このメトリックでは、デパートメントレベルでの純利益の合計に対する純利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{総仕入れ原価を基にした利益} / [\text{総仕入れ原価を基にした利益 (デパートメント、取引先)}])$
総仕入れ原価を基にした利益率	このメトリックでは、総売上に対する純利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{総仕入れ原価を基にした利益} / \text{売上高})$
総売上単位	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基いて計算します。数量には返品が含まれていません。	総売上数量
総売上単位 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基き、合計売上単位数を計算します。数量には返品が含まれていません。	総売上数量
総売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基き、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高 (エリア)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基き、総売上高をエリアレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高 (カンパニー)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基き、総売上高をカンパニーレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高 (カンパニー、前年)	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基き、総売上高をカンパニーレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総売上高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をクラスレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（クラス、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をクラスレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をグループレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をグループレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をチェーンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（ディヴィジョン、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をデパートメントレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総売上高（デパートメント、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をデパートメントレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンに関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの計画シーズンに関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
製造業者平均インボイス仕入れ値額	このメトリックは、レポート用に選択した取引先、アイテム、ロケーション、日付の製造業者インボイス仕入れ値額の平均を計算します。	製造業者平均インボイス仕入れ値額
複数を対象とする単位売上	このメトリックでは、複数を対象とする単位数を計算します。	複数を対象とする単位売上
見積 EOP 在庫額 (BOH)	このメトリックでは、実績 BOP 在庫額を使用して見積終了時在庫額を計算します。	$(([\text{BOH 売価高}] + \text{現行計画受入合計}) - (\text{現行計画合計在庫値下げ} + \text{現行計画粗利益高}))$
見積 EOP 在庫額 (現行計画 BOP)	このメトリックでは、現行計画 BOP 在庫額を使用して現行計画終了時在庫額を計算します。	$((([\text{現行計画 BOP 売価高}] + \text{現行計画受入合計}) - \text{現行計画合計在庫値下げ}) - \text{現行計画粗利益高})$
貢献度のポイント変更	このメトリックでは、前年度のカテゴリ売上に対するカテゴリ売上の貢献度の変更値を週別に計算します。	$(([\text{売上高} / [\text{売上高 (デパートメント)}]] - ([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (デパートメント、前年)}])))$
販売アイテム数	このメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を数えます。	販売アイテム数
販売アイテム数 (デパートメント) (MO)	このメトリックでは、フィルタやテンプレートに関係なく、特定のデパートメント内で販売されたすべてのアイテム数を計算します。	販売アイテム数
販売アイテム数 (市場デパートメント)	このメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を、市場デパートメントレベルで計算します。	販売アイテム数
販売アイテム数 (時間暦) (MO)	このシステムメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を計算します。	販売アイテム数
販売日数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい店舗 (ロケーション) の数を数えます。	販売日数
返品利益額	このメトリックでは返品による利益減を計算します。	返品利益額
返品単位	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品単位	このメトリックでは、任意の理由で取引先に返品したアイテムの合計数量を単位で計算します。	返品単位
返品単位（シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズンに関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（前週）	このメトリックでは、前週に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（日）	このメトリックでは、1 日に顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（月累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの数量を計算します。	返品数量
返品単位（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位の比率	このメトリックでは、販売された単位の総数に基づいて、返品された売上単位の比率を計算します。	$(\text{返品単位} / \text{売上単位})$
返品原価高	このメトリックでは、任意の理由でベンダーに返品したアイテムの合計原価高を計算します。	返品原価額
返品取引数	このメトリックでは、返品が発生した取引の数を数えます。	返品取引数
返品売価高	このメトリックでは、任意の理由でベンダーに返品したアイテムの合計売価高を計算します。	返品売価額
返品額の比率	このメトリックでは、販売された単位の総額に基づいて、返品された単位の金額の比率を計算します。	$(\text{返品高} / \text{売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をエリアレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカンパニーレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカンパニーレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をクラスレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（クラス、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をクラスレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をグループレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をグループレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（シーズン累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をチェーンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ディヴィジョン、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をデパートメントレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（デパートメント、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をデパートメントレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ロケーション、時間暦（MO））	このシステムメトリックでは、選択した期間に返品されたアイテムの金額を取引売上に基づいて、ロケーション別に計算します。	返品額
返品高（ローカル）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[返品額（ローカル）]
返品高（前年）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（前週）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（年累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（日）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（月累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（週累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
通常価格の変動（競合他社の通常価格と比較）	このメトリックは、小売業者の平均通常小売価格と競合他社の通常小売価格の価格分散を計算します。	$((\text{通常売上高} / \text{通常売上単位}) - \text{競合他社平均通常価格})$
通常価格の変動率（競合他社の通常価格と比較）	このメトリックでは、小売業者の平均通常売価高とその競合他社の通常価格の間の変動率を計算します。	$((\text{通常売上高} / \text{通常売上単位}) - \text{競合他社平均通常価格}) / \text{競合他社平均通常価格}$
通常値下げ額の現行計画比変動率	このメトリックでは、通常値下げの売上の計画に対する変動率を計算します。	$((\text{通常値下げ高} - \text{現行計画通常値下げ高}) / \text{現行計画通常値下げ高})$
通常値下げ高	このメトリックでは通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
通常値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日中の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高 VAT	このメトリックでは、通常値下げの VAT 額を計算します。	[値下げ VAT 額]
通常値下げ高 VAT	このメトリックでは通常値下げ売上を計算します。	[値下げ VAT 額]
通常値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、通常値下げの売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{通常値下げ高} - [\text{通常値下げ高 (前年)}]) / [\text{通常値下げ高 (前年)}])$
通常利益高	このメトリックでは通常売上で得た利益を計算します。	利益額
通常売上単位	このメトリックでは、売上通常価格アイテムの合計単位数量を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
通常売上高	このメトリックでは通常売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
通常売上高（ローカル）	このメトリックでは、通常売上高を店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
通常売上高（前年）	このメトリックでは通常売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
週に対する売上単位の貢献度比率（MF）	このメトリックでは、選択した期間内の取引単位総売上に対する単位売上の貢献度比率（MF）を計算します。	$(\text{売上単位} / [\text{売上単位 (ロケーション) (MF)}])$
週に対する売上単位の貢献度比率（前年）（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前年中に処理された全取引の売上高の合計に対する前年の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([\text{売上単位 (前年)}] / [\text{売上単位 (ロケーション、前年) (MF)}])$
週に対する売上単位の貢献度比率（前週）（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前週中に処理された全取引の売上高の合計に対する前週の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([\text{売上単位 (前週)}] / [\text{売上単位 (ロケーション、前週) (MF)}])$
週に対する売上高の貢献度比率（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (ロケーション) (MF)}])$
週に対する売上高の貢献度比率（前年）（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前年中に処理された全取引の売上高の合計に対する前年の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (ロケーション、前年) (MF)}])$
週に対する売上高の貢献度比率（前週）（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前週中に処理された全取引の売上高の合計に対する前週の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([\text{売上高 (前週)}] / [\text{売上高 (ロケーション、前週) (MF)}])$
週数	このメトリックでは週の数数を数えます。	週数
週数（前期）	このメトリックでは前期の週の数数を数えます。	週数
週数（後期）	このメトリックでは後期の週の数数を数えます。	週数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
週数（期間）	このメトリックでは期間内の週の数 を数えます。	週数
週次平均 COGS（前期）	このメトリックは、前期の週次平均 売上原価額を計算します。	$([売上高（前期）] - [利益（前期）]) / [週数（前期）]$
週次平均 COGS（後期）	このメトリックは、後期の週次平均 売上原価額を計算します。	$([売上高（後期）] - [利益（後期）]) / [週数（後期）]$
週次平均 COGS（期間）	このメトリックは、ある期間の週次 平均売上原価額を計算します。	$([売上高（期間）] - [利益（期間）]) / [週数（期間）]$
週次平均利益（前期）	このメトリックは返品による利益減 も含めて、前期の週次平均利益を計 算します。	$[利益（前期）] / [週数（前期）]$
週次平均利益（後期）	このメトリックは返品による利益減 も含めて、後期の週次平均利益を計 算します。	$[利益（後期）] / [週数（後期）]$
週次平均利益（期間）	このメトリックは返品による利益減 も含めて、ある期間の週次平均利益 を計算します。	$[利益（期間）] / [週数（期間）]$
週次平均売上高（前期）	このメトリックは、通常売上、クリア ランス売上、特売売上に基づいて、前 期の週次平均売上高を計算し ます。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$[売上高（前期）] / [週数（前期）]$
週次平均売上高（後期）	このメトリックは、通常売上、クリア ランス売上、特売売上に基づいて、後 期の週次平均売上高を計算し ます。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$[売上高（後期）] / [週数（後期）]$
週次平均売上高（期間）	このメトリックは、通常売上、クリア ランス売上、特売売上に基づいて、 ある期間の週次平均売上高を計算 します。金額は純返品量ですが、 VAT は含まれます。	$[売上高（期間）] / [週数（期間）]$
遅延配送数	このメトリックでは、遅延した配送の 総数を計算します。	遅延配送数
遅延配送数（前年）	このメトリックでは、遅延した前年の 配送の総数を計算します。	遅延配送数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
配送数	このメトリックでは、取引先によるターゲットどおりの配送、ターゲット超過の配送、ターゲット不足の配送、および不適切な配送の総数を計算します。	$((\text{ターゲットどおりの配送数} + \text{ターゲット超過の配送数}) + \text{ターゲット不足の配送数}) + \text{不適切な配送の数}$
配送数 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、取引先によるターゲットどおりの配送、ターゲット超過の配送、ターゲット不足の配送、および不適切な配送の総数を計算します。	$(([\text{ターゲットどおりの配送数 (前年)}] + [\text{ターゲット超過の配送数 (前年)}]) + [\text{ターゲット不足の配送数 (前年)}]) + [\text{不適切な配送の数 (前年)}]$
配送精度評価	このメトリックは、取引先の配送精度評価を、ターゲットどおりであった配送数、つまり予定された数量を受け取った配送数のパーセンテージに基づいて計算します。	$(\text{ターゲットどおりの配送数} / \text{配送数})$
配送精度評価 (前年)	このメトリックは、前年の取引先の配送精度評価を、ターゲットどおりであった配送数、つまり予定された数量を受け取った配送数のパーセンテージに基づいて計算します。	$([\text{ターゲットどおりの配送数 (前年)}] / [\text{配送数 (前年)}])$
配送精度評価の変動	このメトリックは、取引先の配送精度評価における前年からの変動を計算します。	$((\text{配送精度評価} - [\text{配送精度評価 (前年)}]) / [\text{配送精度評価 (前年)}])$
配送遅延率	このメトリックでは、遅れて届いた配送の比率を計算します。	$(\text{遅延配送数} / ((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}))$
閉店日	このシステムメトリックでは、閉店日の属性から別の日付を差し引くことができます。	閉店日
閉店日 - 期間終了日	このシステムメトリックでは、店舗の閉店日と期間の終了日の日数の差を計算します。	<code>ApplySimple("Case When #0 is Null Then ((#1-#2)+1) Else (#0-#2) End", 閉店日, 期間終了日, 期間終了日)</code>
開店日	このシステムメトリックでは、開店日の属性から別の日付を差し引くことができます。	開店日
陳列の日数	このメトリックではアイテムが陳列されている日数を数えます。	陳列の日数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
食料品 CRMA に対する RMA 単位シェア率	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上数量に対する市場エリアの RMA 売上数量のシェア率を計算します。	$([市場売上単位 (RMA)] / [市場売上単位 (食料品 CRMA)])$
食料品 CRMA に対する RMA 単位シェア率(前年)	このメトリックでは、前年に関して、食料品 CRMA 売上数量に対する市場エリアの RMA 売上数量のシェア率を計算します。	$([市場売上単位 (RMA、(前年))] / [市場売上単位 (食料品 CRMA、(前年))])$
食料品 CRMA に対する RMA 高シェア率	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上額に対する市場エリアの RMA 売上額のシェア率を計算します。	$([市場売上高 (RMA)] / [市場売上高 (食料品 CRMA)])$
食料品 CRMA に対する RMA 高シェア率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、食料品 CRMA 売上額に対する市場エリアの RMA 売上額のシェア率を計算します。	$([市場売上高 (RMA、(前年))] / [市場売上高 (食料品 CRMA、(前年))])$
1 次距離	このメトリックでは、割り当てられた面積を計算します。	一次数量
1 次距離 (前年)	このメトリックでは、前年に割り当てられた面積を計算します。	一次数量
1 次距離の合計	このメトリックは、選択された期間に割り当てられた合計一次距離を計算します。	一次数量
1 次距離の合計 (前年)	このメトリックは、前年の選択期間に割り当てられた合計一次距離を計算します。	一次数量

付録 F -カテゴリ管理ワークベンチメトリックリスト

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
1 次距離の率	このメトリックでは、割り当てられた 1 次距離の合計に対する 1 次距離の貢献度比率を計算します。	$([1 \text{ 次距離}] / [1 \text{ 次距離の合計}])$
1 次距離の率 (前年)	このメトリックでは、前年に割り当てられた 1 次距離の合計に対する 1 次距離の貢献度比率を計算します。	$([1 \text{ 次距離 (前年)}] / [1 \text{ 次距離の合計 (前年)}])$
ACV 加重平均流通率	このメトリックは、全商品量 (ACV) によって重みをつけて、製品を在庫している店舗の割合を計算します。	$[ACV \text{ 加重平均流通率}]$
BOC 合計単位	このメトリックは契約の合計単位残高を計算します。	$(\text{契約数量} - \text{契約発注量})$
BOC 合計額	このメトリックは契約残高の基準売上額を計算します。	$((\text{契約数量} - \text{契約発注量}) * \text{平均契約原価高})$
BOH 供給の週数	このメトリックは週単位の売上高に対する当初在庫額の比率を計算します。	$([BOH \text{ 売価高}] / (\text{売上高} / \text{売上の週数}))$
BOH 供給の週数 (前年)	このメトリックは前年の週単位の売上高に対する当初在庫額の比率を計算します。	$([BOH \text{ 売価高 (前年)}] / ([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上の週数 (前年)}]))$
BOH 単位	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
BOH 原価高	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
BOH 原価高 (前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
BOH 売価高	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
BOH 売価高 (カテゴリ)	このメトリックは、カテゴリレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (カテゴリ、前年)	このメトリックはカテゴリレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (カンパニー)	このメトリックは、カンパニーレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (カンパニー、前年)	このメトリックはカンパニーレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (グループ)	このメトリックは、グループレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (グループ、前年)	このメトリックはグループレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (サブカテゴリ)	このメトリックは、サブカテゴリレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (サブカテゴリ、前年)	このメトリックは、前年のサブカテゴリレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
BOH 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックは、ディヴィジョンレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)	このメトリックはディヴィジョンレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (年累計)	このメトリックは選択した期間開始時の年累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (年累計、前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の年累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (月累計)	このメトリックは選択した期間開始時の期間累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (月累計、前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の期間累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックは選択した期間開始時の計画シーズン累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の計画シーズン累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高のオリジナル計画に対する変動率を計算します。	$(([\text{BOH 売価高}] - [\text{オリジナル計画 BOP 売価高}]) / [\text{オリジナル計画 BOP 売価高}])$
BOH 売価高の前年比変更率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{BOH 売価高}] - [\text{BOH 売価高 (前年)}]) / [\text{BOH 売価高 (前年)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
BOH 売価高の前年比変更率（年累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までの年計画変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (年累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (年累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (年累計、前年)}]}$
BOH 売価高の前年比変更率（月累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (月累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (月累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (月累計、前年)}]}$
BOH 売価高の前年比変更率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計、前年)}]}$
BOH 売価高の現行計画比変動率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の計画に対する変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高}] - [現行計画 BOP \text{ 売価高}])}{[現行計画 BOP \text{ 売価高}]}$
EOH クリアランス売価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫のクリアランス売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 単位	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（前日）	このメトリックでは、前日に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（前週）	このメトリックでは、前週末手持ち在庫を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（合計）	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（時間、組織）	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 原価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
EOH 原価高（合計）	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計原価高を計算します。	手持ち在庫原価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 原価高 (合計) (前年)	このメトリックでは、前年の選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
EOH 売価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (カテゴリ)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、カテゴリレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (カテゴリ、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、カテゴリレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (カンパニー)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、カンパニーレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (カンパニー、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、カンパニーレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (グループ)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、グループレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (グループ、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、グループレベルで計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、ディヴィジョンレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、ディヴィジョンレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前日)	このメトリックでは、前日に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前週)	このメトリックでは、前週に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前週) (前年)	このメトリックでは、前週と前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (合計)	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (合計) (前年)	このメトリックでは、前年の選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの年売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (年累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの年売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高（月累計）	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの期間の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の、指定日までの期間売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高に対するクリアランスの貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価総額に対するクリアランス手持ち在庫の売価額の貢献度を計算します。	$(\text{EOH クリアランス売価高}) / [\text{EOH 売価高}]$
EOH 売価高に対する特売の貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価高の合計に対する特売手持ち在庫の売価高の貢献度を計算します。	$(\text{EOH 特売価格}) / [\text{EOH 売価高}]$
EOH 売価高に対する通常の貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価高の合計に対する通常手持ち在庫の売価高の貢献度を計算します。	$(\text{EOH 通常売価高}) / [\text{EOH 売価高}]$
EOH 売価高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高のオリジナル計画に対する変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高}] - [\text{オリジナル計画 EOP 売価高}]) / [\text{オリジナル計画 EOP 売価高}])$
EOH 売価高の前年比変更率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高}] - [\text{EOH 売価高（前年）}]) / [\text{EOH 売価高（前年）}])$
EOH 売価高の前年比変更率（年累計）	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年に対する指定日までの年計画変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高（年累計）}] - [\text{EOH 売価高（年累計、前年）}]) / [\text{EOH 売価高（年累計、前年）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高の前年比変更率（月累計）	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (月累計)}] - [EOH \text{ 売価高 (月累計、前年)}])}{[EOH \text{ 売価高 (月累計、前年)}]}$
EOH 売価高の前年比変更率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}] - [EOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計、前年)}])}{[EOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計、前年)}]}$
EOH 売価高の現行計画比変動率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の計画に対する変動率を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高}] - [現行計画 EOP \text{ 売価高}])}{[現行計画 EOP \text{ 売価高}]}$
EOH 売価高の現行計画比変動率（年累計）	このメトリックでは、終了時在庫高の現行計画に対する計画指定日までの年増加率または減少率を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (年累計)}] - [現行計画 EOP \text{ 売価高 (年累計)}])}{[現行計画 EOP \text{ 売価高 (年累計)}]}$
EOH 売価高の現行計画比変動率（月累計）	このメトリックでは、終了時在庫高の現行計画に対する指定日までの期間増加率または減少率を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (月累計)}] - [現行計画 EOP \text{ 売価高 (月累計)}])}{[現行計画 EOP \text{ 売価高 (月累計)}]}$
EOH 売価高の現行計画比変動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、終了時在庫高の現行計画に対する指定日までのシーズン計画増加率または減少率を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}] - [現行計画 EOP \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}])}{[現行計画 EOP \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}]}$
EOH 特売価格	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の特売価格を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 通常売価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の通常売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
FDM CRMA に対する RMA 単位シェア率	このメトリックでは、FDM CRMA 売上数量に対する市場エリアの RMA 売上数量のシェア率を計算します。	$\frac{[市場売上単位 (RMA)]}{[市場売上単位 (FDM CRMA)]}$
FDM CRMA に対する RMA 単位シェア率（前年）	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上数量に対する市場エリアの RMA 売上数量のシェア率を計算します。	$\frac{([市場売上単位 (RMA、(前年))])}{[市場売上単位 (FDM CRMA、(前年))]}$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
FDM CRMA に対する RMA 高シェア率	このメトリックでは、FDM CRMA 売上額に対する市場エリアの RMA 売上額のシェア率を計算します。	$([市場売上高 (RMA)] / [市場売上高 (FDM CRMA)])$
FDM CRMA に対する RMA 高シェア率 (前年 (週))	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上額に対する市場エリアの RMA 売上額のシェア率を計算します。	$([市場売上高 (RMA、(前年))] / [市場売上高 (FDM CRMA、(前年))])$
FDM CRMA レベルでの総市場カテゴリ売上価格 (MO) (ローカル)	このメトリックは、FDM CRMA レベル (マーケットエリアレベル 1) のすべてのカテゴリに関して、最優先通貨による総市場売上価格を計算します。	$[市場売上高 (ローカル)]$
FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア	RMA 市場レベルを FDM CRMA 市場レベルのすべてのカテゴリの売上で割って、RMA から FDM CRMA までの市場シェア高を計算します。最優先通貨で提供されます。	$([RMA 市場売上高の合計 (MO)] / [FDM CRMA 市場売上高の合計 (MO)])$
FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア (ローカル)	RMA 市場レベルを FDM CRMA 市場レベルのすべてのカテゴリの売上で割って、RMA から FDM CRMA までの市場シェア高を計算します。現地通貨で提供されます。	$([RMA 市場売上高の合計 (MO) (ローカル)] / [FDM CRMA 市場売上高の合計 (MO) (ローカル)])$
FDM CRMA 市場売上高の合計 (MO)	このメトリックは、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) における全カテゴリの合計市場売上高を最優先通貨で計算します。	市場売上高
FDM CRMA 市場売上高の合計 (MO) (ローカル)	このメトリックは、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) における全カテゴリの合計市場売上高を現地通貨で計算します。	$[市場売上高 (ローカル)]$
GMROI	このメトリックでは、粗利益額を平均在庫仕入高で割った値に基づいて、粗利益投資収益を計算します。	$(粗利益額 / 平均在庫仕入れ高)$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
GMROI (前年)	このメトリックでは、前年の粗利益額を平均在庫仕入高で割った値に基づいて、前年の粗利益投資収益を計算します。	$([\text{粗利益額 (前年)}] / [\text{平均在庫仕入高 (前年)}])$
GMROS	このメトリックでは、割り当て面積に対する粗利益収益を測定します。	$(\text{純総仕入れ原価を基にした利益} / [1 \text{ 次距離}])$
GMROS (前年)	このメトリックでは、割り当て面積に対する前年の粗利益収益を測定します。	$([\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)}] / [1 \text{ 次距離 (前年)}])$
RMA レベルでの総市場カテゴリ売上価格 (MO) (ローカル)	このメトリックは、RMA レベル (マーケットエリアレベル 3) のすべてのカテゴリに関して、最優先通貨による総市場売上価格を計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
RMA 市場売上高の合計 (MO)	このメトリックは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) における全カテゴリの合計市場売上高を最優先通貨で計算します。	市場売上高
RMA 市場売上高の合計 (MO) (ローカル)	このメトリックは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) における全カテゴリの合計市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
SOH 単位 (日)	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫数量
SOH 調整単位	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫の調整数を計算します。	[SOH 調整単位]
SOH 調整原価高	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫調整の原価高を計算します。	[SOH 調整原価額]
SOH 調整売価高	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫調整の売価高を計算します。	[SOH 調整売価額]
アイテム数	このメトリックではアイテム数を数えます。	アイテム数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
アイテム数（カテゴリ）	このメトリックではカテゴリのアイテム数を数えます。	アイテム数
エリアに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、エリアの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{利益} / [\text{利益 (エリア)}])$
エリアに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、エリアの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (エリア)}])$
オリジナル計画 BOP 供給の週数	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対するオリジナル計画の当初在庫高の比率を、週ベースで計算します。	$([\text{オリジナル計画 BOP 売価高}] / (\text{オリジナル計画売上高} / \text{オリジナル計画売上の週数}))$
オリジナル計画 BOP 在庫仕入原価高	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、仕入原価高を計算します。	$[\text{オリジナル計画 BOP 在庫仕入原価額}]$
オリジナル計画 BOP 売価高	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	$[\text{オリジナル計画 BOP 売価額}]$
オリジナル計画 BOP 売価高（カテゴリ）	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、カテゴリレベルで売価高を計算します。	$[\text{オリジナル計画 BOP 売価額}]$
オリジナル計画 BOP 売価高（カンパニー）	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、カンパニーレベルで売価高を計算します。	$[\text{オリジナル計画 BOP 売価額}]$
オリジナル計画 BOP 売価高（グループ）	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、グループレベルで売価高を計算します。	$[\text{オリジナル計画 BOP 売価額}]$
オリジナル計画 BOP 売価高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、ディヴィジョンレベルで売価高を計算します。	$[\text{オリジナル計画 BOP 売価額}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画 BOP 売価高 (前年)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、前年度の売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの年間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (月累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの期間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 原価高 (合計)	このメトリックでは、選択期間を通して、オリジナル計画の手持ち在庫の販売原価を計算します。	[オリジナル計画 EOP 原価額]
オリジナル計画 EOP 売価高	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (カテゴリ)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、カテゴリレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (カンパニー)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (グループ)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画 EOP 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (前年)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (合計)	このメトリックでは、選択期間を通したオリジナル計画の手持ち在庫について、販売高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの年間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (月累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの期間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の終了時在庫高に対するオリジナル計画の終了時在庫高の増加率または減少率を計算します。	$\frac{([オリジナル計画 EOP 売価高] - [EOH 売価高 (前年)])}{[EOH 売価高 (前年)]}$
オリジナル計画 GMROI	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益高をオリジナル計画の平均在庫仕入額で割ることにより、オリジナル計画の在庫投資見返り粗利益を計算します。	$([オリジナル計画粗利益高] / [オリジナル計画平均在庫仕入原価高])$
オリジナル計画クリアランス値下げ高	このメトリックでは、オリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画クリアランス値 下げ高（前年）	このメトリックでは、前年度のオリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値 下げ高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に関するオリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値 下げ高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関するオリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値 下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンに関するオリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画コミットメント	このメトリックでは、未承認のものを除く、オリジナル計画の発注済みアイテムの金額を計算します。	オリジナル計画コミットメント売価額
オリジナル計画ベンダーへの 返品単位	このメトリックでは、任意のシーズンに関して、ベンダーへの返品が計画されていたアイテムのオリジナル計画の合計数量を計算します。	オリジナル計画ベンダーへの返品数量
オリジナル計画ベンダーへの 返品売価高	このメトリックでは、任意のシーズンに関して、ベンダーへの返品が計画されていたアイテムのオリジナル計画の合計売価額を計算します。	オリジナル計画ベンダーへの返品売価額
オリジナル計画ロス売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の不足高（ロス高）を計算します。	オリジナル計画ロス売価額
オリジナル計画値下げ率	このメトリックでは、オリジナル計画の値下げ高をオリジナル計画の売上高で割ることによって、オリジナル計画の値下げ率を計算します。	$(\text{オリジナル計画値下げ高} / \text{オリジナル計画売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画値下げ率 (年累計)	オリジナル計画の指定日までの年値下げ高をオリジナル計画の指定日までの年売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの年総値下げ率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高 (年累計)}] / [\text{オリジナル計画売上高 (年累計)}])$
オリジナル計画値下げ率 (月累計)	オリジナル計画の指定日までの期間値下げ売上をオリジナル計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの期間値下げ率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高 (月累計)}] / [\text{オリジナル計画売上高 (月累計)}])$
オリジナル計画値下げ率 (計画シーズン累計)	オリジナル計画の指定日までのシーズン計画値下げ売上高合計を指定日までのシーズン計画売上高で割ることで、オリジナル計画の指定日までのシーズン計画総値下げ率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高 (計画シーズン累計)}] / [\text{オリジナル計画売上高 (計画シーズン累計)}])$
オリジナル計画値下げ高	このメトリックでは、クリアランス、特売および通常値下げを含むオリジナル計画の値下げ高を計算します。	$((\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高} + \text{オリジナル計画特売値下げ高}) + \text{オリジナル計画通常値下げ高})$
オリジナル計画値下げ高 (前年)	このメトリックでは、クリアランス、特売、および通常値下げを含む、前年度のオリジナル計画の値下げ高を計算します。	$(([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高 (前年)}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高 (前年)}]) + [\text{オリジナル計画通常値下げ高 (前年)}])$
オリジナル計画値下げ高 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年間にに関するクリアランス、特売、および通常値下げを含む、オリジナル計画の値下げ高を計算します。	$(([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高 (年累計)}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高 (年累計)}]) + [\text{オリジナル計画通常値下げ高 (年累計)}])$
オリジナル計画値下げ高 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に関するクリアランス、特売、および通常値下げを含む、オリジナル計画の値下げ高を計算します。	$(([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高 (月累計)}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高 (月累計)}]) + [\text{オリジナル計画通常値下げ高 (月累計)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンに関するクリアランス、特売、および通常値下げを含む、オリジナル計画の値下げ高を計算します。	$(([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高 (計画シーズン累計)}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高 (計画シーズン累計)}]) + [\text{オリジナル計画通常値下げ高 (計画シーズン累計)}])$
オリジナル計画値下げ高の 前年比変動率	このメトリックでは、前年の実際の値下げに対する今年のオリジナル計画の値下げの増加率または減少率を計算します。	$((\text{オリジナル計画値下げ高 (前年)}) - [\text{オリジナル計画値下げ高 (前年)}]) / [\text{オリジナル計画値下げ高 (前年)}]$
オリジナル計画入荷売価高	このメトリックでは、実際に入荷したアイテムのオリジナル計画の売価高を計算します。	オリジナル計画入荷売価額
オリジナル計画受取仕入原 価高	このメトリックでは、入荷予定アイテムのオリジナル計画の仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原 価高 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年間に関する、オリジナル計画の入荷予定アイテムの仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原 価高 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に関する、オリジナル計画の入荷予定アイテムの仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原 価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズンに関する、オリジナル計画の入荷予定アイテムの仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取単位	このメトリックでは、オリジナル計画の受取見込み単位数を計算します。	オリジナル計画受取数量
オリジナル計画受取売価高	このメトリックでは、入荷予定アイテムのオリジナル計画の売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画受取売価高 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年間に関する、オリジナル計画の入荷予定アイテムの売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画受取売価高 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に関する、オリジナル計画の入荷予定アイテムの売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画受取売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズンに関する、オリジナル計画の入荷予定アイテムの売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画在庫の週数	このメトリックでは、オリジナル計画にしたがって計画在庫がゼロより大きい週の数を数えます。	オリジナル計画在庫の週数
オリジナル計画在庫回転数	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高をオリジナル計画の平均在庫高で割ることにより、オリジナル計画の在庫回転数を計算します。	$(\text{オリジナル計画売上高} / \text{オリジナル計画平均在庫売価高})$
オリジナル計画売上の週数	このメトリックでは、オリジナル計画の通常売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	オリジナル計画売上の週数
オリジナル計画売上単位	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて、オリジナル計画の売上単位の合計数を計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上単位 (年累計)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて、指定日までの年間に関するオリジナル計画の売上単位を週別に計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上単位 (月累計)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて、指定日までの期間に関するオリジナル計画の売上単位を週別に計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画売上単位 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基 づいて、指定日までのシーズン に関するオリジナル計画の売上 単位を週別に計算します。数量 は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上高	このメトリックでは、通常、クリア ランス、および特売売上額に基 づいて、オリジナル計画の売上高 の合計を計算します。これには返 品は含まれません。。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高 (カテ ゴリ)	このメトリックでは、通常、クリア ランス、および特売売上額に基 づいて、オリジナル計画のカテゴリ 売上高の合計を計算します。こ れには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高 (カン パニー)	このメトリックでは、通常、クリア ランス、および特売売上額に基 づいて、オリジナル計画のカンパ ニー売上高の合計を計算し ます。これには返品は含まれま せん。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高 (グ ループ)	このメトリックでは、通常、クリア ランス、および特売売上額に基 づいて、オリジナル計画のグループ 売上高の合計を計算します。こ れには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高 (サブ カテゴリ)	このメトリックでは、通常、クリア ランス、および特売売上額に基 づいて、オリジナル計画のサブカテ ゴリ売上高の合計を計算します。 これは純返品量です。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高 (ディ ヴィジョン)	このメトリックでは、通常、クリア ランス、および特売売上額に基 づいて、オリジナル計画のディヴィ ジョン売上高の合計を計算し ます。これには返品は含まれま せん。	オリジナル計画売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画売上高（年累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの年間に関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（月累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの期間に関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までのシーズンに関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高に対する純売上高の貢献度比率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上に対する実際の売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / \text{オリジナル計画売上高})$
オリジナル計画売上高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の純売上に対するオリジナル計画の売上の増加率または減少率を週ごとに計算します。	$((\text{オリジナル計画売上高} - [\text{売上高}(\text{前年})]) / [\text{売上高}(\text{前年})])$
オリジナル計画平均在庫仕入原価高	このメトリックでは、オリジナル計画の在庫仕入原価高の平均を計算します。	$(([\text{オリジナル計画 BOP 在庫仕入原価高}] + [\text{オリジナル計画 EOP 原価高}(\text{合計})]) / (\text{オリジナル計画在庫の週数} + 1))$
オリジナル計画平均在庫売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の在庫高の平均を計算します。	$(([\text{オリジナル計画 BOP 売価高}] + [\text{オリジナル計画 EOP 売価高}(\text{合計})]) / (\text{オリジナル計画在庫の週数} + 1))$
オリジナル計画引当済在庫	このメトリックでは、オリジナル計画の期間当初の手持ち在庫をオリジナル計画の売上高で割ることにより、オリジナル計画の引当済在庫率を計算します。	$([\text{オリジナル計画 BOP 売価高}] / \text{オリジナル計画売上高})$
オリジナル計画特売値下げ高	このメトリックでは、オリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画特売値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年度のオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画発注中キャンセル	このメトリックでは、オリジナル計画の発注キャンセル高を計算します。	オリジナル計画発注中キャンセル売価額
オリジナル計画発注中売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の発注高を計算します。	オリジナル計画発注売価額
オリジナル計画粗利益率	このメトリックでは、現行計画の粗利益高をオリジナル計画の売上高で割ることによって、現行計画の粗利益率を計算します。	(オリジナル計画粗利益高 / オリジナル計画売上高)
オリジナル計画粗利益率（年累計）	オリジナル計画の指定日までの年粗利益高をオリジナル計画の指定日までの年売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの年計画粗利益率を計算します。	([オリジナル計画粗利益高（年累計）] / [オリジナル計画売上高（年累計）])
オリジナル計画粗利益率（月累計）	オリジナル計画の指定日までの期間粗利益高をオリジナル計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの期間粗利益率を計算します。	([オリジナル計画粗利益高（月累計）] / [オリジナル計画売上高（月累計）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画粗利益率 (計画シーズン累計)	オリジナル計画の指定日までのシーズン計画粗利益高を指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	$([\text{オリジナル計画粗利益高 (計画シーズン累計)}] / [\text{オリジナル計画売上高 (計画シーズン累計)}])$
オリジナル計画粗利益額の 前年比変動率	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額の前年に対する増加率または減少率を計算します。	$((\text{オリジナル計画粗利益高} - [\text{オリジナル計画粗利益高 (前年)}]) / [\text{オリジナル計画粗利益高 (前年)}])$
オリジナル計画粗利益高	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高 (前年)	このメトリックでは、前年度のオリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高 (年累計)	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、現行計画の指定日までの年間粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高 (月累計)	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの期間の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の計画シーズンの粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画累積値入率	このメトリックでは、オリジナル計画の累積値入率を計算します。	オリジナル計画累積値入額
オリジナル計画通常値下げ 高	このメトリックでは、オリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ 高 (前年)	このメトリックでは、前年度に関するオリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画通常値下げ高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に関するオリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関するオリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の指定日までのシーズンに関する、現行計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
カテゴリ RMA から FDM CRMA までの市場シェア	RMA 市場レベルを FDM CRMA 市場レベルのカテゴリの売上で割って、RMA から FDM CRMA までの市場シェア高を計算します。最優先通貨で提供されます。	$([市場売上高(市場カテゴリ、RMA)] / [市場売上高(市場カテゴリ、FDM CRMA)])$
カテゴリ RMA から FDM CRMA までの市場シェア（ローカル）	RMA 市場レベルを FDM CRMA 市場レベルのカテゴリの売上で割って、RMA から FDM CRMA までの市場シェア高を計算します。現地通貨で提供されます。	$([市場売上高(市場カテゴリ、RMA)(ローカル)] / [市場売上高(市場カテゴリ、FDM CRMA)(ローカル)])$
カテゴリに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([BOH 売価高] / [BOH 売価高(カテゴリ)])$
カテゴリに対する BOH 売価高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、カテゴリの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([EOH 売価高(前年)] / [EOH 売価高(カテゴリ、前年)])$
カテゴリに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([EOH 売価高] / [EOH 売価高(カテゴリ)])$
カテゴリに対する EOH 売価高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、カテゴリの期末手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([BOH 売価高(前年)] / [BOH 売価高(カテゴリ、前年)])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
カテゴリに対する、基準原価を基にした利益の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリレベルでの基準原価を基にした総利益に対する、基準原価を基にした利益の貢献度比率を、フィルタ基準を考慮して計算します。	(基準原価を基にした利益 / [基準原価を基にした利益 (カテゴリ)])
カテゴリに対する、純総仕入原価を基にした利益の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリレベルでの純総仕入れ原価を基にした総利益に対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、フィルタ基準を考慮して計算します。	(純総仕入れ原価を基にした利益 / [純総仕入れ原価を基にした利益 (カテゴリ)])
カテゴリに対する、総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリレベルでの純仕入れ原価を基にした総利益に対する、純仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、フィルタ基準を考慮して計算します。	(総仕入れ原価を基にした利益 / [総仕入れ原価を基にした利益 (カテゴリ)])
カテゴリに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリのオリジナル計画の総売上に対する各サブカテゴリのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	(オリジナル計画売上高 / [オリジナル計画売上高 (カテゴリ)])
カテゴリに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (カテゴリ)])
カテゴリに対する利益の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、カテゴリの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (カテゴリ) MF])
カテゴリに対する利益の貢献度比率 (ローカル)	このメトリックでは、返品による利益減を含むカテゴリの総利益に対する利益の貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	([利益 (ローカル)] / [利益 (カテゴリ) (ローカル)])
カテゴリに対する利益の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年のカテゴリの総利益に対する前年の利益の貢献度比率を週ごとに計算します。	([利益 (前年)] / [利益 (カテゴリ、前年)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
カテゴリに対する利益の貢献度比率（前年）(MF)	このメトリックでは、前年のカテゴリの総利益に対する前年の利益の貢献度比率を日ごとに計算します。	$([利益（前年）] / [利益（カテゴリ、前年）MF])$
カテゴリに対する受取単位の貢献度比率（MO）	このメトリックでは、カテゴリレベルにおける受取総数量に対する取引先受取数量の貢献度比率を計算します。	$(受取単位 / [受取単位（カテゴリ）(MO)])$
カテゴリに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(売上高 / [売上高（カテゴリ）])$
カテゴリに対する売上高の貢献度比率（MF）	このメトリックでは、カテゴリの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(売上高 / [売上高（カテゴリ）(MF)])$
カテゴリに対する売上高の貢献度比率（ローカル）	このメトリックでは、カテゴリの総売上に対する貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([売上高（ローカル）] / [売上高（カテゴリ）(ローカル)])$
カテゴリに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、カテゴリの総売上に対する売上の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([売上高（前年）] / [売上高（カテゴリ、前年）])$
カテゴリに対する売上高の貢献度比率（前年）(MF)	このメトリックでは、前年に関して、カテゴリの総売上に対する売上の貢献度比率を日ごとに計算します。	$([売上高（前年）] / [売上高（カテゴリ、前年）(MF)])$
カテゴリに対する契約発注原価高の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリの契約発注原価高の合計に対する各契約発注原価高の比率を計算します。	$(契約発注原価高 / [契約発注原価高（カテゴリ）])$
カテゴリに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([現行計画 BOP 売価高] / [現行計画 BOP 売価高（デパートメント）])$
カテゴリに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリの現行計画の総売上に対する各サブカテゴリの現行計画の売上の比率を計算します。	$(現行計画売上高 / [現行計画売上高（カテゴリ）])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
カテゴリシェアの変動	このメトリックは、同じ市場レベルで比較されるときに、あるカテゴリの市場シェアとすべてのカテゴリの市場シェアの間の変動を計算します。このメトリックは、最優先通貨で提供されます。	$([\text{FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア}] - [\text{カテゴリ RMA から FDM CRMA までの市場シェア}])$
カテゴリシェアの変動 (ローカル)	このメトリックは、同じ市場レベルで比較されるときに、あるカテゴリの市場シェアとすべてのカテゴリの市場シェアの間の変動を計算します。このメトリックは、現地通貨で提供されます。	$([\text{FDM CRMA 合計に対する RMA 市場シェア (ローカル)}] - [\text{カテゴリ RMA から FDM CRMA までの市場シェア (ローカル)}])$
カンパニーに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、カンパニーの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (カンパニー、前年)}])$
カンパニーに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 売価高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する EOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、カンパニーの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高 (前年)}] / [\text{EOH 売価高 (カンパニー、前年)}])$
カンパニーに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	$([\text{オリジナル計画売上高}] / [\text{オリジナル計画売上高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する値下げ額の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの値下げ総額に対する値下げ額の貢献度比率を計算します。	$([\text{値下げ高}] / [\text{値下げ高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	$([\text{利益}] / [\text{利益 (カンパニー)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
カンパニーに対する利益の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年のカンパニーの総利益に対する前年の利益の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([利益（前年）] / [利益（カンパニー、前年）])$
カンパニーに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(売上高 / [売上高（カンパニー）])$
カンパニーに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、カンパニーの総売上に対する売上の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([売上高（前年）] / [売上高（カンパニー、前年）])$
カンパニーに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([現行計画 BOP 売価高] / [現行計画 BOP 売価高（カンパニー）])$
カンパニーに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの現行計画の総売上に対する各ディヴィジョンの現行計画の売上の比率を計算します。	$(現行計画売上高 / [現行計画売上高（カンパニー）])$
クリアランスのバック売上高	このメトリックはクリアランスバック売上高の合計を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	バック売上額
クリアランスの値下げ高	このメトリックは純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（前年）	このメトリックは前年の純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（前週）	このメトリックは先週の純総クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（年累計）	このメトリックは年開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（当日）	このメトリックはある 1 日の純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（月累計）	このメトリックは期間開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
クリアランスの値下げ高（週累計）	このメトリックは週開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 VAT	このメトリックはクリアランス値下げ高の VAT 金額を計算します。	[値下げ VAT 額]
クリアランスの利益高	このメトリックはクリアランス売上の利益を計算します。	利益額
クリアランスの売上単位	このメトリックは販売したクリアランス価格アイテムの総単位数を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
クリアランスの売上高	このメトリックはクリアランス売上高の合計を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
クリアランスパック売上比率	このメトリックでは、パック総売上に対するクリアランスパック売上の貢献度比率を計算します。これは、クリアランスのパックの比率です。	(クリアランスのパック売上高 / パック売上高)
クリアランス値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、クリアランス値下げの純売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{クリアランスの値下げ高} - [\text{クリアランスの値下げ高 (前年)}]) / [\text{クリアランスの値下げ高 (前年)}])$
クリアランス値下げ高の現行計画比変動率	このメトリックでは、計画のクリアランス値下げの純売上に対する実際のクリアランス値下げの純売上の変動率を計算します。	$((\text{クリアランスの値下げ高} - \text{現行計画クリアランス値下げ高}) / \text{現行計画クリアランス値下げ高})$
グループに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高 (グループ)}])$
グループに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (グループ、前年)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
グループに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$(\text{EOH 売価高}) / (\text{EOH 売価高 (グループ)})$
グループに対する EOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$(\text{EOH 売価高 (前年)}) / (\text{EOH 売価高 (グループ、前年)})$
グループに対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率	このメトリックでは、選択した期間内の純総仕入れ原価を基にした総利益に対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{純総仕入れ原価を基にした利益}) / (\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (グループ)})$
グループに対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率 (前年)	選択した期間内の純総仕入れ原価を基にしたグループの総利益に対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)}) / (\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (グループ、前年)})$
グループに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	$(\text{オリジナル計画売上高}) / (\text{オリジナル計画売上高 (グループ)})$
グループに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高}) / (\text{売上高 (グループ)})$
グループに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高 (前年)}) / (\text{売上高 (グループ、前年)})$
グループに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$(\text{現行計画 BOP 売価高}) / (\text{現行計画 BOP 売価高 (グループ)})$
グループに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの現行計画の総売上に対する各クラスの現行計画の売上の比率を計算します。	$(\text{現行計画売上高}) / (\text{現行計画売上高 (グループ)})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
グループに対する総仕入れ原価の貢献度比率	このメトリックでは、グループの総仕入れ原価の合計に対する総仕入れ原価の貢献度比率を計算します。	$(\text{総仕入れ原価} / [\text{総仕入れ原価 (グループ)}])$
グループに対する総仕入れ原価の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの総仕入れ原価の合計に対する総仕入れ原価の貢献度比率を計算します。	$([\text{総仕入れ原価 (前年)}] / [\text{総仕入れ原価 (グループ、前年)}])$
グループ売上高の貢献度率における対前年度変更率	このメトリックは今年のグループ総売上高の貢献度率の前年に対する変化を計算します。	$(\text{グループに対する売上高の貢献度比率} - [\text{グループに対する売上高の貢献度比率 (前年)}])$
グループ純総仕入れ原価の貢献度率における対前年度変更率	このメトリックはグループの純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度率の前年に対する変動を計算します。	$([\text{グループに対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率}] - [\text{グループに対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率 (前年)}])$
コミットメント合計単位	このメトリックは単位の注文時に在庫に追加される契約残高を計算します。	$(([\text{BOC 合計単位}] + \text{発注中単位}) + [\text{EOH 単位}])$
コミットメント合計額	このメトリックは契約残高単位、発注中単位、手持ち在庫単位の基準売上額を計算します。	$(([\text{BOC 合計額}] + \text{発注中売価高}) + [\text{EOH 売価高}])$
サブカテゴリに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、サブカテゴリの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高 (サブカテゴリ)}])$
サブカテゴリに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、サブカテゴリの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (サブカテゴリ、前年)}])$
サブカテゴリに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリのオリジナル計画の総売上に対する各サブカテゴリのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	$(\text{オリジナル計画売上高} / [\text{オリジナル計画売上高 (サブカテゴリ)}])$
サブカテゴリに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、サブカテゴリの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (サブカテゴリ)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
サブカテゴリに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、サブカテゴリの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$([売上高(前年)] / [売上高(サブカテゴリ、前年)])$
サブカテゴリに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、サブカテゴリの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初各手持ち在庫の比率を計算します。	$([現行計画 BOP 売価高] / [現行計画 BOP 売価高(サブカテゴリ)])$
サブカテゴリに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、サブカテゴリの現行計画の総売上に対する各サブカテゴリの現行計画の売上の比率を計算します。	$([現行計画売上高] / [現行計画売上高(サブカテゴリ)])$
シェア単位の FDM CRMA ごとの前年比変更率	このメトリックでは、FDM CRMA 売上単位に対する RMA 売上単位のシェアについて今年と前年の間の変動率を計算します。	$((([市場売上単位(RMA)] / [市場売上単位(FDM CRMA)]) - ([市場売上単位(RMA、(前年))] / [市場売上単位(FDM CRMA、(前年))])) / ([市場売上単位(RMA、(前年))] / [市場売上単位(FDM CRMA、(前年))]))$
シェア単位の食料品 CRMA ごとの前年比変更率	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上単位に対する RMA 売上単位のシェアについて今年と前年の間の変動率を計算します。	$((([市場売上単位(RMA)] / [市場売上単位(食料品 CRMA)]) - ([市場売上単位(RMA、(前年))] / [市場売上単位(食料品 CRMA、(前年))])) / ([市場売上単位(RMA、(前年))] / [市場売上単位(食料品 CRMA、(前年))]))$
シェア高の FDM CRMA ごとの前年（週別）比変更率	このメトリックでは、FDM CRMA 売上高に対する RMA 売上高のシェアについて今年と前年の間の変動率を計算します。	$((([市場売上高(RMA)] / [市場売上高(FDM CRMA)]) - ([市場売上高(RMA、(前年))] / [市場売上高(FDM CRMA、(前年))])) / ([市場売上高(RMA、(前年))] / [市場売上高(FDM CRMA、(前年))]))$
シェア高の食料品 CRMA ごとの前年比変更率	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上高に対する RMA 売上高のシェアについて今年と前年の間の変動率を計算します。	$((([市場売上高(RMA)] / [市場売上高(食料品 CRMA)]) - ([市場売上高(RMA、(前年))] / [市場売上高(食料品 CRMA、(前年))])) / ([市場売上高(RMA、(前年))] / [市場売上高(食料品 CRMA、(前年))]))$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
タイムリー性評価	このメトリックは、予定時刻より早い、予定時刻どおり、予定時刻より遅い配送の割合（％）に基づいて取引先のタイムリー性評価を計算します。	$(\text{時間どおりの配送数} / ((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}))$
タイムリー性評価（前年）	このメトリックは、予定時刻より早い、予定時刻どおり、予定時刻より遅い配送の割合（％）に基づいて取引先の前年のタイムリー性評価を計算します。	$([\text{時間どおりの配送数（前年）}] / (([\text{時間どおりの配送数（前年）}] + [\text{初期配送数（前年）}] + [\text{遅延配送数（前年）}]))$
タイムリー性評価の変動	このメトリックは、前年からのタイムリー性評価の変動を計算します。	$((\text{タイムリー性評価} - [\text{タイムリー性評価（前年）}]) / [\text{タイムリー性評価（前年）}])$
ターゲットどおりの配送数	このメトリックでは、予測どおりの数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲットどおりの配送数です。	ターゲットどおりの配送数
ターゲットどおりの配送数（前年）	このメトリックでは、予測どおりの数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲットどおりの配送数です。	ターゲットどおりの配送数
ターゲット不足の配送数	このメトリックでは、予測より少ない数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲット不足の配送数です。	ターゲット不足の配送数
ターゲット不足の配送数（前年）	このメトリックでは、予測より少ない数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲット不足の配送数です。	ターゲット不足の配送数
ターゲット不足の配送率	このメトリックでは、予測を下回る数量のアイテムが入荷された配送の比率を計算します。	$(\text{ターゲット不足の配送数} / \text{配送数})$
ターゲット超過の配送数	このメトリックでは、予測より多い数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲット超過の配送数です。	ターゲット超過の配送数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ターゲット超過の配送数（前年）	このメトリックでは、予測より多い数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲット超過の配送数です。	ターゲット超過の配送数
ターゲット超過配送率	このメトリックでは、予測を超える数量のアイテムが入荷された配送の比率を計算します。	(ターゲット超過の配送数 / 配送数)
チェーンに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、チェーンの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (チェーン)])
チェーンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、チェーンレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (チェーン)])
チェーンに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、チェーン売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	([売上高 (前年)] / [売上高 (チェーン、前年)])
ディストリクトに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、ディストリクトの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (ディストリクト)])
ディストリクトに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディストリクトレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ディストリクト)])
ディヴィジョンに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高] / [BOH 売価高 (ディヴィジョン)])
ディヴィジョンに対する BOH 売価高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高 (前年)] / [BOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)])
ディヴィジョンに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	([EOH 売価高] / [EOH 売価高 (ディヴィジョン)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ディヴィジョンに対する EOH 売価高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$([EOH \text{ 売価高 (前年)}] / [EOH \text{ 売価高 (ディヴィジョン、前年)}])$
ディヴィジョンに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンのオリジナル計画の総売上に对各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	$(\text{オリジナル計画売上高} / [\text{オリジナル計画売上高 (ディヴィジョン)}])$
ディヴィジョンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの総売上に对各クラスの売上高の比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (ディヴィジョン)}])$
ディヴィジョンに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの総売上に对各クラスの売上高の比率を週ごとに計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (ディヴィジョン、前年)}])$
ディヴィジョンに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / [\text{現行計画 BOP 売価高 (ディヴィジョン)}])$
ディヴィジョンに対する現行計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの現行計画の総売上に对各クラスの現行計画の売上の比率を計算します。	$(\text{現行計画売上高} / [\text{現行計画売上高 (ディヴィジョン)}])$
デッド ネット コスト	このメトリックは取引先のデッドネットコストを計算します。これは最優先通貨で格納されます。	デッドネットコスト額
デッドネットコスト（ローカル）	このメトリックは取引先のデッドネットコストを計算します。これは現地通貨で格納されます。	$[\text{デッドネットコスト額 (ローカル)}]$
デッドネットコスト（前月）	このメトリックは、前期について取引先のデッドネットコストを計算します。これは最優先通貨で格納されます。	デッドネットコスト額
デッドネットコストの前月比変更率	このメトリックでは、デッドネットコストについて今期と前期の間の変動を計算します。	$([\text{デッド ネット コスト}] - [\text{デッドネットコスト (前月)}]) / [\text{デッドネットコスト (前月)}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
デッドネットコストの比較（前月）	このメトリックは、取引先のデッドネットコストの今期と前期の差を計算します。	$([\text{デッド ネット コスト}] - [\text{デッドネットコスト (前月)}])$
デッドネットコストを基にした利益（MF）	選択期間のデッドネットコストの取引先利益を通常、特売、クリアランス売上と取引先デッドネットを基に最優先通貨で計算します。メトリックとフィルタ(MF)のみ考慮します。	デッドネット利益額
デッドネットコストを基にした利益に対する貢献度比率（MF）	選択した期間内のデッドネットコストを基にした総利益に対する、デッドネットコストを基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{デッドネットコストを基にした利益} / [\text{デッドネットコストを基にした利益 (MF)}])$
デッドネットコストを基にした利益率	このメトリックでは、総売上に對するデッドネット利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{デッドネットコストを基にした利益} / \text{売上高})$
バック従業員割引高	このメトリックでは、バック売上の従業員割引額を計算します。	バック従業員割引額
バック従業員割引高（ローカル）	このメトリックでは、バック売上の従業員割引額を現地通貨で計算します。	$[\text{バック従業員割引額 (ローカル)}]$
バック利益	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売バック売上に基づく総利益を、バックの返品による利益減を含めて計算します。	バック利益額
バック利益（バック）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売バック売上に基づく総利益を、バックの返品による利益減を含めてバックレベルで計算します。	バック利益額
バック利益に対する構成アイテムの平均貢献度	このメトリックは、バックの一部として販売されたときのアイテムおよび単位あたり利益を返品による利益減も含めて計算します。	$(\text{バック利益} / \text{バック売上単位})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
パック利益に対する構成アイテムの貢献度比率	このメトリックでは、パックの一部として販売している場合に各アイテムの各单位によって発生する返品による利益減を含む利益を計算します。	$(\text{パック利益} / [\text{パック利益} (\text{パック})])$
パック売上単位	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売パック売上単位数の合計を計算します。	パック売上数量
パック売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売パック売上の合計高を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	パック売上額
パック売上高（シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズンに関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（シーズン累計、(前年)）	このメトリックでは、前年度の指定日までのシーズンに関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（パック）	このメトリックでは、パックレベルでの通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売パック売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	パック売上額
パック売上高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（年累計、(前年)）	このメトリックでは、前年度の指定日までの年間に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
パック売上高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（月累計、(前年)）	このメトリックでは、前年度の指定日までの期間に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週に関する通常、クリアランス、および特売パック売上の合計を計算します。	パック売上額
パック売上高に対する構成アイテムの平均貢献度	このメトリックは、パックの一部として販売されたときのアイテムおよび単位あたり売上高を計算します。	$(\text{パック売上高} / \text{パック売上単位})$
パック売上高に対する構成アイテムの貢献度比率	このメトリックでは、所属するパックの総売上に対する構成アイテムの貢献度比率を計算します。	$(\text{パック売上高} / [\text{パック売上高 (パック)}])$
パック売上高の前年 年累計比変更率	このメトリックでは、指定日までの年パック売上の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{パック売上高 (年累計)}] - [\text{パック売上高 (年累計、(前年))}] / [\text{パック売上高 (年累計、(前年))})$
パック売上高の前年シーズン累計 比変更率	このメトリックでは、指定日までのシーズンパック売上の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{パック売上高 (シーズン累計)}] - [\text{パック売上高 (シーズン累計、(前年))}] / [\text{パック売上高 (シーズン累計、(前年))})$
パック売上高の前年月累計比変更率	このメトリックでは、指定日までの期間パック売上の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{パック売上高 (月累計)}] - [\text{パック売上高 (月累計、(前年))}] / [\text{パック売上高 (月累計、(前年))})$
パック売上高前年比率	このメトリックでは、パック売上高の前年からの変動率を計算します。	$((\text{パック売上高} - [\text{パック売上高 (前年)}]) / [\text{パック売上高 (前年)}])$
フェイスング割り当ての合計	このメトリックは陳列フェイス数をカウントします。	フェイスングの合計
ランニング予測売上単位	このシステムメトリックでは、ランニング予測売上数量を計算します。	RunningSum(予測売上数量)

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ランニング予測売上高	このシステムメトリックでは、ランニング予測売上高を計算します。	RunningSum(予測売上額)
リージョンに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、リージョンの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (リージョン)])
リージョンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、リージョンレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (リージョン)])
ロケーションに対する売上単位の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上単位 / [売上単位 (ロケーション、日) (MF)])
ロケーションに対する売上高の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ロケーション、日) (MF)])
ロケーションに対する売上高の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内に処理されたロケーションの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ロケーション、時間暦) (MO)])
ロケーションに対する返品額の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内にあるロケーションで返品されたアイテムの総額に対する返品額の貢献度比率を計算します。	(返品高 / [返品高 (ロケーション、時間暦) (MO)])
ロケーション別売上高の前年比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、店舗ごとの平均売上の前年からの変動率を週ごとに計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$\frac{([売上高 (ローカル)] / 売上の店舗数) - ([売上高 (前年) (ローカル)] / [売上の店舗数 (前年)])}{([売上高 (前年) (ローカル)] / [売上の店舗数 (前年)])}$
不合格品質管理単位	このメトリックでは、入荷後、品質管理検査で不合格になったアイテムの合計数を計算します。	不合格品質管理単位
不合格品質管理単位 (前年)	このメトリックでは、入荷後、品質管理検査に不合格となったアイテムの前年の合計数を計算します。	不合格品質管理単位

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
不明な発注配送の数	このメトリックでは、発注書の納期が過ぎている不明な配送の総数を計算します。これは不明な発注配送の数です。	不明な発注配送の数
不明な発注配送の数（前年）	このメトリックでは、発注書の納期が過ぎている前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な発注配送の数です。	不明な発注配送の数
不明な発送配送の数	このメトリックでは、予測発送どおり発送されなかった不明な配送の総数を計算します。これは不明な出荷配送の数です。	[不明な ASN 配送の数]
不明な発送配送の数（前年）	このメトリックでは、予測発送どおり発送されなかった前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な発送配送の数です。	[不明な ASN 配送の数]
不明な発送配送の比率	このメトリックでは、不明な発送により予測される配送の比率を計算します。	(不明な発送配送の数 / 予測配送数)
不明な計画配送の数	このメトリックでは、予測計画配送どおり届かなかった不明な配送の総数を計算します。これは不明な計画配送の数です。	不明な計画配送の数
不明な計画配送の数（前年）	このメトリックでは、予測計画配送どおり届かなかった前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な計画配送の数です。	不明な計画配送の数
不明な配送の数	このメトリックでは、スケジュール、発注日、出荷予告通知に基づいて入荷予定であったが入荷しなかった配送の総数を計算します。これは不明な配送の数です。	((不明な発送配送の数 + 不明な発注配送の数) + 不明な計画配送の数)

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
不明な配送の数（前年）	このメトリックでは、スケジュール、発注日、出荷予告通知に基づいて入荷する予定であったが入荷しなかった前年の配送の総数を計算します。これは前年の不明な配送の数です。	$(([\text{不明な発送配送の数（前年）}] + [\text{不明な発注配送の数（前年）}] + [\text{不明な計画配送の数（前年）}])$
不明な配送の比率	このメトリックでは、計画、発注日、または発送通知に従って届かなかった配送の比率を計算します。	$(\text{不明な配送の数} / \text{予測配送数})$
不適切な配送の数	このメトリックでは、未発注アイテムが入荷した配送の総数を計算します。これは不適切な配送の数です。	不適切な配送の数
不適切な配送の数（前年）	このメトリックでは、未発注アイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の不適切な配送の数です。	不適切な配送の数
不適切な配送の比率	このメトリックでは、発注していない数量のアイテムが入荷された不適切な配送の比率を計算します。	$(\text{不適切な配送の数} / \text{配送数})$
予定外の配送数	このメトリックでは、予定外に入荷した配送の総数を計算します。これは予定外の配送数です。	予定外の配送数
予測売上単位	このメトリックでは、予測売上数量を計算します。	予測売上数量
予測売上高	このメトリックでは、予測売上額を計算します。	予測売上額
予測売上高に対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、予測売上高に対する実際の売上高の変動率を計算します。	$(\text{売上高} / \text{予測売上高})$
予測配送数	このメトリックでは、合計予測配送数を、取引先スケジュール、発注日、および出荷予告通知に基づいて計算します。	$((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}) + \text{不明な配送の数})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
予測配送数（前年）	このメトリックでは、前年の合計予測配送数、取引先スケジュール、発注日、および出荷予告通知に基づいて計算します。	$(((\text{時間ごりの配送数（前年）}) + [\text{初期配送数（前年）}] + [\text{遅延配送数（前年）}]) + [\text{不明な配送の数（前年）}])$
仕入予算（BOH）	このメトリックでは、現行計画の在庫レベルを超過せずに在庫として入荷できる商品の数量を、実際の期間当初の在庫を使用して計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] - [\text{見積 EOP 在庫額（BOH）}])$
仕入予算（現行計画 BOP）	このメトリックでは、現行計画の在庫レベルを超過せずに在庫として入荷できる商品数を、現行計画の期間当初の在庫を使用して計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] - [\text{見積 EOP 在庫額（現行計画 BOP）}])$
供給されたカテゴリアイテムの比率	このメトリックでは、主要取引先によって供給されたカテゴリアイテムの比率を計算します。	$(\text{供給アイテム数} / [\text{アイテム数（カテゴリ）}])$
供給アイテム数	このメトリックでは、主要取引先から供給されたアイテム数を計算します。	アイテム数
値下げ VAT 高	このメトリックでは、クリアランス、特売、および通常の値下げの VAT 額を計算します。	$[\text{値下げ VAT 額}]$
値下げ率	このメトリックでは、値下げ高を純売上高で割ることによって総値下げ率を計算します。	$(\text{値下げ高} / \text{売上高})$
値下げ率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、値下げ高を純売上高で割ることによって総値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高（前年）}] / [\text{売上高（前年）}])$
値下げ率（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年純値下げ高を指定日までの年純売上高で割ることによって、指定日までの年純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高（年累計）}] / [\text{売上高（年累計）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
値下げ率（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年純値下げ高を指定日までの年純売上高で割ることによって、指定日までの年純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (年累計、前年)}] / [\text{売上高 (年累計、前年)}])$
値下げ率（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間純値下げ高を指定日までの期間純売上高で割ることによって、指定日までの期間純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (月累計)}] / [\text{売上高 (月累計)}])$
値下げ率（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間純値下げ高を指定日までの期間純売上高で割ることによって、指定日までの期間純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (月累計、前年)}] / [\text{売上高 (月累計、前年)}])$
値下げ率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズン計画純値下げ高を指定日までのシーズン計画純売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (計画シーズン累計)}] / [\text{売上高 (計画シーズン累計)}])$
値下げ率（計画シーズン累計、前年）	前年に関して、指定日までのシーズン計画純値下げ高を指定日までのシーズン計画純売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画純値下げ率を計算します。	$([\text{値下げ高 (計画シーズン累計、前年)}] / [\text{売上高 (計画シーズン累計、前年)}])$
値下げ高	このメトリックでは、純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（カンパニー）	このメトリックでは、カンパニーの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の純値下げ売上を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（年累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、年初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、期初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、計画シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、計画シーズン初日から選択した日までの値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（週累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、値下げの純売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{値下げ高} - [\text{値下げ高 (前年)}]) / [\text{値下げ高 (前年)}])$
値下げ高の現行計画比変更率	このメトリックでは、実際の値下げ純売上と計画の値下げ純売上の間の変動率を計算します。	$((\text{値下げ高} - \text{現行計画値下げ高}) / \text{現行計画値下げ高})$
値入高	このメトリックでは、定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
値入高（前年）	このメトリックでは、前年の定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（年累計）	このメトリックでは、年初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の年初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（月累計）	このメトリックでは、期初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の期初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、計画シーズン開始時からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年の計画シーズン開始時からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
入荷ケースパック	このメトリックは最優先取引先が供給したケースパック数量に基づいて入荷ケースパック数を計算します。	(受取単位 / 主要取引先ケースパック数量)
分配コストの店舗数	このメトリックでは取引参加店舗（ロケーション）の数を数えます。	分配コストの店舗数
分配コストの店舗数（前年）	このメトリックでは前年の取引参加店舗（ロケーション）の数を数えます。	分配コストの店舗数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
初期入力レンジの BOH 単位	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高を計算します。	FirstInRange(手持ち在庫数量)
初期入力レンジの BOH 単位 - ランニング予測売上単位	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫単位と予測売上単位のランニング差額を計算します。	([初期入力レンジの BOH 単位] - ランニング予測売上単位)
初期入力レンジの BOH 高	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高を計算します。	FirstInRange(手持ち在庫売価額)
初期入力レンジの BOH 高 - ランニング予測売上高	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高と予測売上高のランニング差額を計算します。	([初期入力レンジの BOH 高] - ランニング予測売上高)
初期配送数	このメトリックでは初期配送数を計算します。	初期配送数
初期配送数 (前年)	このメトリックでは前年の初期配送数を計算します。	初期配送数
初期配送率	このメトリックでは、早く届いた配送の比率を計算します。	(初期配送数 / ((時間どおりの配送数 + 初期配送数) + 遅延配送数))
利用不可 SOH 単位	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の単位数量を計算します。	利用不可数量
利用不可 SOH 原価高	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の原価高を計算します。	利用不可原価額
利用不可 SOH 売価高	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の原価高を計算します。	利用不可売価額
利用可能な単位	このメトリックはベンダーの利用可能な単位を計算します。	利用可能な数量
利用可能な単位 (アイテム、取引先)	このメトリックはベンダーの利用可能な単位をベンダー別に計算します。	利用可能な数量
利益	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益 (返品による利益減を含む) を計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（すべて）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。このメトリックはフィルタを無視します。	利益額
利益（アイテム）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、アイテムレベルで計算します。	利益額
利益（アイテム）（MF）	このメトリックでは売上で得た利益をアイテムレベルで計算します。	利益額
利益（アイテム、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、アイテムレベルで週別に計算します。	利益額
利益（アイテム、取引先）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を取引先別に計算します。	利益額
利益（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、エリアレベルで計算します。	利益額
利益（カテゴリ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、カテゴリレベルで計算します。	利益額
利益（カテゴリ）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上から得た合計利益をカテゴリレベルで計算し、現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（カテゴリ）MF	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、カテゴリレベルで計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（カテゴリ、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、カテゴリレベルで週別に計算します。	利益額
利益（カテゴリ、前年）MF	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、カテゴリレベルで週別に計算します。	利益額
利益（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、カンパニーレベルで計算します。	利益額
利益（カンパニー、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上から得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、カンパニーレベルで週別に計算します。	利益額
利益（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、グループレベルで計算します。	利益額
利益（サブカテゴリ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、サブカテゴリレベルで計算します。	利益額
利益（シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の指定日までのシーズンの合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（セグメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、セグメントレベルで計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、チェーンレベルで計算します。	利益額
利益（ディストリクト）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、ディストリクトレベルで計算します。	利益額
利益（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、ディヴィジョンレベルで計算します。	利益額
利益（リージョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、リージョンレベルで計算します。	利益額
利益（ロケーション）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、リージョンレベルで計算します。	利益額
利益（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を週別に計算します。	利益額
利益（前年）（ローカル）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（前期）	このメトリックでは、選択した前期の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（前週）	このメトリックでは、前週に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を週別に計算します。	利益額
利益（前週）（ローカル）	このメトリックでは、前週に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの年の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（後期）	このメトリックでは、選択した後期の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（時間）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。これは時間も入力するように促します。	利益額
利益（時間、特売）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、時間と特売にフィルタをかけて計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（月累計）	このメトリックでは、指定日までの月の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの期間の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（期間）	このメトリックでは、選択した期間の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンの通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの計画シーズンの合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益の前年比変更率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前年からの変動率を計算します。	$((\text{利益} - [\text{利益 (前年)}]) / [\text{利益 (前年)}])$
利益の前年比変更率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前年からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表します。	$(([\text{利益 (ローカル)}] - [\text{利益 (前年) (ローカル)}]) / [\text{利益 (前年) (ローカル)}])$
利益の前週比変更率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前週からの変動率を計算します。	$((\text{利益} - [\text{利益 (前週)}]) / [\text{利益 (前週)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益の前週比変更率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前週からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表します。	$\frac{([利益 (ローカル)] - [利益 (前週) (ローカル)])}{[利益 (前週) (ローカル)]}$
利益の現行計画比変動率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の現行計画の利益に対する変動率を計算します。	$\frac{([利益] - [現行計画利益])}{[現行計画利益]}$
利益率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算します。	$[利益] / [売上高]$
利益率（アイテム）（MF）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (アイテム) (MF)]) / [売上高 (アイテム) (MF)]$
利益率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([利益 (ローカル)]) / [売上高 (ローカル)]$
利益率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、返品による利益減を含む利益売上の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (前年)]) / [売上高 (前年)]$
利益率（前週）	このメトリックでは、返品による利益減を含む利益の前週の売上に対する貢献度比率を週ごとに計算します。	$([利益 (前週)]) / [売上高 (前週)]$
利益率（年累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの年売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (年累計)]) / [売上高 (年累計)]$
利益率（月累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの期間売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (月累計)]) / [売上高 (月累計)]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益率（週累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの週売上に対する貢献度比率を日ごとに計算します。	$([利益 (週累計)] / [売上高 (週累計)])$
前週に対する売上単位の貢献度比率	このメトリックでは、前週の売上単位に対する売上単位の貢献度比率を計算します。	$(売上単位 / [売上単位 (前週)])$
前週に対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、前週の売上高に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(売上高 / [売上高 (前週)])$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（一次）	このメトリックでは、割り当て領域の平均一次単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上利益 / [平均割り当て領域 (1 次)]) - ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (1 次)])) / ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (1 次)]))$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（体積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均体積単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上利益 / [平均割り当て領域 (体積)]) - ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (体積)])) / ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (体積)]))$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（面積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均面積単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上利益 / [平均割り当て領域 (面積)]) - ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (面積)])) / ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (面積)]))$
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（体積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均体積単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上高 / [平均割り当て領域 (体積)]) - ([平均売上高 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (体積)])) / ([平均売上高 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (体積)]))$
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（面積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均面積単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上高 / [平均割り当て領域 (面積)]) - ([平均売上高 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (面積)])) / ([平均売上高 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (面積)]))$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（1 次）	このメトリックでは、割り当て領域の平均一次単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$\frac{((\text{平均売上高} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}]) - ([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}]))}{([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}])}$
割り当て領域ごとの平均利益（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (面積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（1 次）	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (面積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（1 次）	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}])$
割り当て領域ごとの平均売上（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(\text{平均売上高} / \text{平均体積量})$
割り当て領域ごとの平均売上（前年）（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均売上（前年）（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (面積)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
割り当て領域ごとの平均売上（前年）（1 次）	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([平均売上高（前年）] / [平均割り当て領域（前年）（1 次）])$
割り当て領域ごとの平均売上（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(平均売上高 / [平均割り当て領域（面積）])$
割り当て領域ごとの平均売上（1 次）	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(平均売上高 / [平均割り当て領域（1 次）])$
割り当て領域ごとの現行計画平均利益（体積）	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の立方単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(現行計画利益 / [平均割り当て領域（体積）])$
割り当て領域ごとの現行計画平均利益（面積）	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の平方単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(現行計画利益 / [平均割り当て領域（面積）])$
割り当て領域ごとの現行計画平均利益（1 次）	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の一次単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(現行計画利益 / [平均割り当て領域（1 次）])$
割り当て領域ごとの現行計画平均売上高（体積）	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の立方単位あたりの現行計画平均売上を計算します。	$(現行計画売上高 / [平均割り当て領域（体積）])$
割り当て領域ごとの現行計画平均売上高（面積）	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の平方単位あたりの現行計画平均売上を計算します。	$(現行計画売上高 / [平均割り当て領域（面積）])$
割り当て領域ごとの現行計画平均売上高（1 次）	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の一次単位あたりの現行計画平均売上を計算します。	$(現行計画売上高 / [平均割り当て領域（1 次）])$
単位ごとの平均売上高	このメトリックは単位ごとの平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$((売上高 - 返品高) / (売上単位 - 返品単位))$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
単位原価高	このメトリックは単位原価高を計算します。	平均単位仕入れ値額
単位売価高	このメトリックは単位売価高を計算します。	平均単位売価額
原価高	このメトリックは、平均原価額を計算します。	平均原価額
原価高（年累計）	このメトリックは、単位あたりの年累計平均原価額を計算します。	平均原価額
取引ごとの平均売上単位	このメトリックは売上単位合計と売上取引数に基づいて取引ごとの平均売上単位を計算します。数量は純返品量ですが、VATは含まれます。	(売上単位 / 売上取引数)
取引ごとの平均売上高	このメトリックは総売上と売上取引数に基づいて取引ごとの平均売上を計算します。金額は純返品量ですが、VATは含まれます。	(売上高 / 売上取引数)
取引先 RTV 単位の比率	このメトリックでは、取引先への返品アイテムの総数量の入荷総数量に対する貢献度比率を計算します。	(返品単位 / 受取単位)
取引先遵守度の評価	このメトリックでは、取引先のタイムリー性、配送精度、発注制度、および品質の評価に基づいて、多様な角度における取引先遵守度の評価を計算します。	(((((タイムリー性評価 + 発注実行の評価) + 配送精度評価) + 品質評価) / 4)
取引先遵守度の評価（前年）	このメトリックでは、取引先のタイムリー性、配送精度、発注制度、および品質の評価に基づいて、多様な角度における前年度の取引先遵守度の評価を計算します。	((((([タイムリー性評価（前年）] + [発注実行の評価（前年）] + [配送精度評価（前年）] + [品質評価（前年）]) / 4)
受取価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの計画シーズンの原価高を計算します。	受取原価額
受取単位	このメトリックでは、受取単位数量を計算します。	受取単位

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取単位	このメトリックでは、入荷した製品数量を単位でを計算します。	受取数量
受取単位（カテゴリ）(MO)	このメトリックでは、カテゴリレベルで受け取った製品数量を単位で計算します。	受取単位
受取単位の現行計画比変動率	このメトリックでは、受取アイテムの計画単位数量に対する単位数量の変動率を計算します。	$((\text{受取単位} - \text{現行計画受取単位}) / \text{現行計画受取単位})$
受取原価高	このメトリックでは受取原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの前年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（年累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（年累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（月累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（月累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの期間の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの計画シーズンの原価高を計算します。	受取原価額
受取品質管理単位	このメトリックでは、品質管理が必要な受取合計単位数量を計算します。	$(\text{合格した品質管理単位} + \text{不合格品質管理単位})$
受取品質管理単位（前年）	このメトリックでは、品質管理が必要な前年の受取合計単位数量を計算します。	$([\text{合格した品質管理単位（前年）}] + [\text{不合格品質管理単位（前年）}])$
受取売価高	このメトリックでは入荷製品の売価高を計算します。	受取売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取売価高（前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの前年の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（年累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの年の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（年累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの年の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（月累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（月累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの期間の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの計画シーズンの売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの計画シーズンの売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高の前年比変更率	このメトリックでは、前年の受取売価高に対する受取売価高の増加率または減少率を計算します。	$((\text{受取売価高} - [\text{受取売価高 (前年)}]) / [\text{受取売価高 (前年)}])$
受取見積時のオリジナル計画初回値入率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$((\text{オリジナル計画受取売価高} - \text{オリジナル計画受取仕入原価高}) / \text{オリジナル計画受取売価高})$
受取見積時のオリジナル計画初回値入率（年累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間の指定日までの年差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$(([\text{オリジナル計画受取売価高 (年累計)}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高 (年累計)}]) / [\text{オリジナル計画受取売価高 (年累計)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取見積時のオリジナル計画初回値入率（月累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間で指定日までの期間の差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$(([\text{オリジナル計画受取売価高（月累計）}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高（月累計）}]) / [\text{オリジナル計画受取売価高（月累計）}])$
受取見積時のオリジナル計画初回値入率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間の指定日までの季節計画の差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$(([\text{オリジナル計画受取売価高（計画シーズン累計）}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高（計画シーズン累計）}]) / [\text{オリジナル計画受取売価高（計画シーズン累計）}])$
受取見積時の初回値入率	このメトリックでは、売上単価と販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$((\text{受取売価高} - \text{受取原価高}) / \text{受取売価高})$
受取見積時の初回値入率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、売上単価と販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高（前年）}] - [\text{受取原価高（前年）}]) / [\text{受取売価高（前年）}])$
受取見積時の初回値入率（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年売上単価と指定日までの年販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高（年累計）}] - [\text{受取原価高（年累計）}]) / [\text{受取売価高（年累計）}])$
受取見積時の初回値入率（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年売上単価と指定日までの年販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高（年累計、前年）}] - [\text{受取原価高（年累計、前年）}]) / [\text{受取売価高（年累計、前年）}])$
受取見積時の初回値入率（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間売上単価と指定日までの期間販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高（月累計）}] - [\text{受取原価高（月累計）}]) / [\text{受取売価高（月累計）}])$
受取見積時の初回値入率（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間売上単価と指定日までの期間販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高（月累計、前年）}] - [\text{受取原価高（月累計、前年）}]) / [\text{受取売価高（月累計、前年）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取見積時の初回値入率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズン計画売上単価と指定日までのシーズン計画販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{受取原価高 (計画シーズン累計)}]) / [\text{受取売価高 (計画シーズン累計)}])$
受取見積時の初回値入率 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、指定日までのシーズン計画売上単価と指定日までのシーズン計画累計販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (計画シーズン累計、前年)}] - [\text{受取原価高 (計画シーズン累計、前年)}]) / [\text{受取売価高 (計画シーズン累計、前年)}])$
受取見積時の現行計画初回値入率	このメトリックでは、現行計画の売上原価と現行計画の販売価格との差額を計算し、現行計画の受取総額の比率として表します。	$((\text{現行計画受取売価高} - \text{現行計画受取原価高}) / \text{現行計画受取売価高})$
受取見積時の現行計画初回値入率 (年累計)	このメトリックでは、現行計画の指定日までの年売上単価と現行計画の指定日までの年販売価格との差額を計算し、現行計画の総受取額の比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高 (年累計)}] - [\text{現行計画受取原価高 (年累計)}]) / [\text{現行計画受取売価高 (年累計)}])$
受取見積時の現行計画初回値入率 (月累計)	このメトリックでは、現行計画の指定日までの期間売上単価と現行計画の指定日までの期間販売価格との差額を計算し、現行計画の総受取額の比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高 (月累計)}] - [\text{現行計画受取原価高 (月累計)}]) / [\text{現行計画受取売価高 (月累計)}])$
受取見積時の現行計画初回値入率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、現行計画の指定日までのシーズン売上単価と現行計画の指定日までのシーズン販売価格との差額を計算し、現行計画の総受取額の比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{現行計画受取原価高 (計画シーズン累計)}]) / [\text{現行計画受取売価高 (計画シーズン累計)}])$
受取高のオリジナル計画比 変動率	このメトリックでは、受取アイテムのオリジナル計画の売価高に対する売価高の変動率を計算します。	$((\text{受取売価高} - \text{オリジナル計画受取売価高}) / \text{オリジナル計画受取売価高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取高の現行計画比変動率	このメトリックでは、受取アイテムの計画売価高に対する売価高の変動率を計算します。	$\frac{((\text{受取売価高} - \text{現行計画受取売価高})}{\text{現行計画受取売価高}}$
合格した品質管理単位	このメトリックでは、品質管理検査を受けて合格したアイテムの合計数を計算します。	合格した品質管理単位
合格した品質管理単位（前年）	このメトリックでは、品質管理検査を受けて合格したアイテムの前年度の合計数を計算します。	合格した品質管理単位
合計取引数	このメトリックでは、売上または返品があった取引の数を数えます。	売上取引数
品質評価	このメトリックでは、品質管理検査が必要とされた場合に、取引先の品質評価を、入荷後、品質管理に合格した全アイテムの比率で計算します。	$(\text{合格した品質管理単位} / \text{受取品質管理単位})$
品質評価（前年）	このメトリックでは、品質管理検査が必要とされた場合に、前年の取引先の品質評価を、入荷後、品質管理に合格した全アイテムの比率で計算します。	$([\text{合格した品質管理単位（前年）}] / [\text{受取品質管理単位（前年）}])$
品質評価の変動	このメトリックでは、前年に関して、取引先の品質評価の変動を計算します。	$((\text{品質評価} - [\text{品質評価（前年）}]) / [\text{品質評価（前年）}])$
在庫の店舗数	このメトリックでは、在庫がゼロより大きい店舗の数を数えます。	在庫の店舗数
在庫の週数	このメトリックでは、在庫がゼロより大きい週の数数を数えます。	在庫の週数
在庫の週数（前年）	このメトリックでは、前年に関して、売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を数えます。	在庫の週数
在庫アイテム数	このメトリックでは、最新終了時手持ち在庫単位価格がゼロより大きい在庫のアイテム数を数えます。	在庫アイテム数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫アイテム数（カテゴリ、週）	このメトリックではカテゴリでその週に在庫されていたアイテム数を数えます。	在庫アイテム数
在庫元帳の BHO 在庫仕入高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、選択した週に関する開始時手持ち在庫仕入高を計算します。	[在庫元帳の BHO 在庫仕入額]
在庫元帳の BHO 在庫仕入高（合計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、選択した週に関する開始時手持ち在庫仕入高を計算します。	[在庫元帳の BHO 在庫仕入額]
在庫元帳の BOH 売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、選択した週に関する開始時手持ち在庫売価高を計算します。	[在庫元帳の BOH 売価額]
在庫元帳の BOH 売価高（合計）	期間全体における在庫元帳の開始時手持ち在庫高。	[在庫元帳の BOH 売価額]
在庫元帳の EOH 仕入原価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから終了時手持ち在庫仕入原価高を計算します。	[在庫元帳の EOH 仕入原価額]
在庫元帳の EOH 仕入原価高（合計）	このメトリックでは、在庫元帳システムから、期間全体における開始時手持ち在庫仕入原価高を計算します。	[在庫元帳の EOH 仕入原価額]
在庫元帳の EOH 個数高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、終了時手持ち在庫数の現在の売上高を計算します。	在庫元帳の実績在庫売価額
在庫元帳の EOH 売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、終了時手持ち在庫売価高を計算します。	[在庫元帳の EOH 売価額]
在庫元帳の EOH 売価高（合計）	期間全体における在庫元帳の終了時手持ち在庫高。	[在庫元帳の EOH 売価額]
在庫元帳の EOH 調整高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、手持ち在庫調整の現在の売上高を計算します。	[在庫元帳の SOH 調整売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の GMROI	このメトリックでは、在庫元帳の粗利益高を平均在庫仕入原価で割ることにより、在庫投資見返り粗利益を計算します。	$(\text{在庫元帳の粗利益高} / \text{在庫元帳の平均在庫仕入高})$
在庫元帳の RTV 売価高	このメトリックでは、何らかの理由でベンダーへの返品が予定されていたアイテムの前年度の合計売価高を計算します。	[在庫元帳の RTV 売価額]
在庫元帳のクリアランス値下げ高	このメトリックでは、在庫元帳システムからクリアランス値下げ高を計算します。	在庫元帳のクリアランス値下げ額
在庫元帳のロス原価高	このメトリックでは、ロス原価高を計算します。	在庫元帳のロス原価額
在庫元帳のロス売価高	このメトリックでは、現在のロス売価高を計算します。	在庫元帳のロス売価額
在庫元帳のワークルームでの作業経費高	このメトリックでは、在庫元帳システムから、ワークルームでの作業経費高を計算します。	在庫元帳のワークルームでの作業経費額
在庫元帳の仕入受取高	このメトリックでは、在庫元帳システムから仕入受取高を計算します。	在庫元帳の受取原価額
在庫元帳の値下げキャンセル高	このメトリックでは、在庫元帳システムから値下げキャンセル高を計算します。	在庫元帳の値下げキャンセル額
在庫元帳の値下げ率	このメトリックでは、合計値下げ高を売上合計高で割ることにより、在庫元帳の合計値下げ率を計算します。	$(\text{在庫元帳の合計値下げ額} / \text{在庫元帳の売上売価高})$
在庫元帳の値入キャンセル高	このメトリックでは、在庫元帳システムから値入キャンセル高を計算します。	在庫元帳の値入キャンセル額
在庫元帳の値入高	このメトリックでは、在庫元帳システムから値入高を計算します。	在庫元帳の値入額
在庫元帳の受取売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから受取売価高を計算します。	在庫元帳の受取売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の合計値下げ額	このメトリックでは、在庫元帳システムから、永久、特売、およびクリアランス値下げに基づく合計値下げ高を計算します。	$((\text{在庫元帳のクリアランス値下げ高} + \text{在庫元帳の特売値下げ高}) + \text{在庫元帳の永久値下げ高})$
在庫元帳の在庫回転売価高	このメトリックでは、売上高を平均在庫高で割ることにより、選択した期間における在庫回転売価高を計算します。	$(\text{在庫元帳の売上売価高} / \text{在庫元帳の平均在庫売価高})$
在庫元帳の売上原価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから売上原価高を計算します。	在庫元帳の売上原価額
在庫元帳の売上売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから純売上高を計算します。データは、サブクラス、ロケーション、週レベル以上で利用できます。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高 (前年)	このメトリックでは、在庫元帳システムから前年度の売上売価高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高 (年累計)	このメトリックでは、在庫元帳システムから指定日までの年間の売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高 (年累計、前年)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までの年間の売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高 (月累計)	このメトリックでは、在庫元帳システムから指定日までの期間の売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高 (月累計、前年)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までの期間の売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、在庫元帳システムから指定日までのシーズンの売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額
在庫元帳の売上売価高 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までのシーズンの売上高を計算します。	在庫元帳の売上売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の平均在庫仕入高	このメトリックでは、在庫元帳システムから在庫仕入高の平均を計算します。	$(([\text{在庫元帳の BHO 在庫仕入高}] + [\text{在庫元帳の EOH 仕入原価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
在庫元帳の平均在庫売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから在庫売価高の平均を計算します。	$(([\text{在庫元帳の BOH 売価高}] + [\text{在庫元帳の EOH 売価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
在庫元帳の従業員割引高	このメトリックでは、在庫元帳システムから従業員割引売価高を計算します。	在庫元帳の従業員割引額
在庫元帳の永久値下げ高	このメトリックでは、在庫元帳システムから永久値下げ高を計算します。	在庫元帳の永久値下げ額
在庫元帳の特売値下げ高	このメトリックでは、在庫元帳システムから特売値下げ高を計算します。	在庫元帳の特売値下げ額
在庫元帳の現金割引高	このメトリックでは、在庫元帳システムから現金割引高を計算します。	在庫元帳の現金割引額
在庫元帳の粗利益率	このメトリックでは、在庫元帳システムの粗利益高を売上高で割ることにより、粗利益率を計算します。データは、サブクラス、ロケーション、週レベル以上で利用できます。	$(\text{在庫元帳の粗利益高} / \text{在庫元帳の売上売価高})$
在庫元帳の粗利益高	このメトリックでは、在庫元帳システムから総利益高を計算します。データは、サブクラス、ロケーション、週レベル以上で利用できます。	在庫元帳の総利益額
在庫元帳の粗利益高（ローカル）	このメトリックでは、在庫元帳システムから総利益高を計算します。データは、サブクラス、ロケーション、週レベル以上で現地通貨で利用できます。	[在庫元帳の総利益額（ローカル）]
在庫元帳の累積値入率	このメトリックでは、在庫元帳の累積値入率を計算します。	在庫元帳の累積値入率

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫元帳の累積値入率 (前年)	このメトリックでは、前年度の在庫元帳の累積値入率を計算します。	在庫元帳の累積値入率
在庫元帳の資本回転	このメトリックでは、在庫元帳システムの売上合計高を平均在庫仕入高で割ることにより、選択した期間の資本金の回転を計算します。	$(\text{在庫元帳の売上売価高} / (([\text{在庫元帳の BHO 在庫仕入高 (合計)}] + [\text{在庫元帳の EOH 仕入原価高}]) / (\text{在庫の週数} + 1)))$
在庫元帳の輸送経費高	このメトリックでは、在庫元帳システムから輸送経費高を計算します。	在庫元帳の輸送経費額
在庫元帳の返品売価高	このメトリックでは、在庫元帳システムから返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高 (前年)	このメトリックでは、在庫元帳システムから前年度の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高 (年累計)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、指定日までの年間の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高 (年累計、前年)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までの年間の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高 (月累計)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、指定日までの期間の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高 (月累計、前年)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までの期間の返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、指定日までのシーズンの返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額
在庫元帳の返品売価高 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックでは、在庫元帳システムから、前年度の指定日までのシーズンの返品売価高を計算します。	在庫元帳の返品売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫切れの日数	このメトリックでは、在庫がゼロの日数を数えます。	在庫日数
在庫切れ日数の比率	このメトリックでは、選択した日数の合計に対するアイテム在庫切れ日数の比率を計算します。	$(\text{在庫切れの日数} / \text{日数})$
在庫回転値	このメトリックでは、純売上高を平均在庫高で割ることにより、在庫回転値を計算します。	$(\text{売上高} / \text{平均在庫売価高})$
在庫回転値（前年）	このメトリックでは、前年度の純売上高を平均在庫高で割ることにより、在庫回転値を計算します。	$([\text{売上高（前年）}] / [\text{平均在庫売価高（前年）}])$
在庫回転単位	このメトリックでは、選択した期間における純売上単位を平均手持ち在庫数で割ることにより、在庫回転単位を計算します。	$(\text{売上単位} / (([\text{BOH 単位}] + [\text{EOH 単位（合計）}]) / (\text{在庫の週数} + 1)))$
在庫回転数の前年比変更率	このメトリックでは、在庫回転数の前年からの変動率を計算します。	$((\text{在庫回転値} - [\text{在庫回転値（前年）}]) / [\text{在庫回転値（前年）}])$
在庫回転数の現行計画比変動率	このメトリックでは、計画在庫回転数に対する在庫回転数の変動率を計算します。	$((\text{在庫回転値} - \text{現行計画在庫回転数}) / \text{現行計画在庫回転数})$
在庫売上比率	このメトリックでは、選択した期間の合計売上に対する当初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / \text{売上高})$
在庫売上比率（前年）	このメトリックでは、前年度の引当済在庫率を計算します。	$([\text{BOH 売価高（前年）}] / [\text{売上高（前年）}])$
在庫見返り利益	このメトリックでは投資見返り利益を計算します。これには、利益高を平均在庫高で割ります。	$((\text{利益} / [\text{EOH 売価高（合計）}]) / \text{在庫の週数})$
基本仕入れ価格の比較（前月）	このメトリックは、取引先の基本仕入れ価格の今期と前期の差を計算します。	$(\text{基準原価} - [\text{基準原価（前月）}])$
基準原価	このメトリックは取引先基準原価を計算します。これは最優先通貨で格納されます。	基準原価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
基準原価（前月）	このメトリックは取引先のデッドネットコストを計算します。これは最優先通貨で格納されます。	基準原価額
基準原価の前月比変更率	このメトリックでは、今期と前期の間の取引先基準原価の変動を計算します。	$((\text{基準原価} - [\text{基準原価 (前月)}]) / [\text{基準原価 (前月)}])$
基準原価を基にした利益	このメトリックは、通常売上、特売売上、クリアランス売上と取引先基準原価に基づいて取引先基準利益を計算します。これは最優先通貨で格納されます。	基準利益額
基準原価を基にした利益 (MF)	選択期間の基準原価が基の取引先利益を通常、特売、クリアランス売上と取引先基準原価を基に、最優先通貨で計算します。メトリックとフィルタ(MF)のみ考慮します。	基準利益額
基準原価を基にした利益 (カテゴリ)	カテゴリレベルの基準原価を基にした取引先総利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上データと取引先基準原価に基づいて、カテゴリ別に計算します。最優先通貨で格納されます。	基準利益額
基準原価を基にした利益 (カテゴリ、取引先)	カテゴリレベルの取引先総基準利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上データと取引先基準原価に基づいて、カテゴリと全取引先別に計算します。これは最優先通貨で格納されます。	基準利益額
基準原価を基にした利益に対する貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内の基準原価を基にした総利益に対する、基準原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{基準原価を基にした利益} / [\text{基準原価を基にした利益 (MF)}])$
基準原価を基にした利益に対する貢献度比率 (カテゴリ、取引先)	このメトリックでは、カテゴリレベルでの基準総利益に対する基準利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{基準原価を基にした利益} / [\text{基準原価を基にした利益 (カテゴリ、取引先)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
基準原価を基にした利益率	このメトリックでは、総売上に対する基準利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{基準原価を基にした利益} / \text{売上高})$
増加利益	このメトリックでは、増加利益を期間利益、前期利益、および後期利益に基づいて計算します。	$(((((\text{利益 (期間)} / [\text{週数 (期間)}]) - ([\text{利益 (前期)} / [\text{週数 (前期)}])) + ([\text{利益 (後期)} / [\text{週数 (後期)}])) - ([\text{利益 (前期)} / [\text{週数 (前期)}]))))$
増加売上高	このメトリックでは、増加売上高を期間利益、前期利益、および後期利益に基づいて計算します。	$(((((\text{売上高 (期間)} / [\text{週数 (期間)}]) - ([\text{売上高 (前期)} / [\text{週数 (前期)}])) + ([\text{売上高 (後期)} / [\text{週数 (後期)}])) - ([\text{売上高 (前期)} / [\text{週数 (前期)}]))))$
売上（カテゴリ）の市場アイテムに対する売上アイテムの比率	このメトリックでは、カテゴリレベルにおける売上店舗数について今年と前年の間の変動率を計算します。	$([\text{販売アイテム数 (カテゴリ) (MO)}] / [\text{市場アイテムの販売数 (市場カタログ)}])$
売上（市場カテゴリ）の市場アイテムに対する売上アイテムの比率	このメトリックでは、市場カテゴリレベルにおける売上店舗数について今年と前年の間の変動率を計算します。	$([\text{販売アイテム数 (市場カテゴリ)}] / [\text{市場アイテムの販売数 (市場カタログ)}])$
売上に対する構成店舗利益	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上による構成店舗利益を計算します。	利益額
売上に対する構成店舗利益（前年）	このメトリックは、前年の通常売上、クリアランス売上、特売売上による構成店舗利益を計算します。	利益額
売上の店舗数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を数えます。	売上の店舗数
売上の店舗数（前年）	このメトリックでは、前年の 1 日の売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を、セグメント、ロケーション、および日のレベルで数えます。	売上の店舗数
売上の店舗数（時間暦）(MO)	このシステムメトリックでは、売上があった店舗（ロケーション）の数を計算します。	売上の店舗数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上の週数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	売上の週数
売上の週数（前年）	このメトリックでは、前年に関して、売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	売上の週数
売上単位	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（アイテム）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、アイテムレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カテゴリ）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上に基づき、カテゴリレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（カテゴリ、前年）	前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、カテゴリレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カテゴリ、前週）	このメトリックでは、前週に関して、カテゴリの合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年度のカンパニー合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カンパニー、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上にに基づき、カンパニーレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（グループ）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、グループレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（サブカテゴリ）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、サブカテゴリレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（シーズン累計）	指定日までのシーズンに関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（セグメント）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、セグメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上に基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（ディストリクト、前年）	前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト、前週）	前週に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディヴィジョン）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、ディヴィジョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（リージョン）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（リージョン、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（リージョン、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（ロケーション）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上に基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション） (MF)	このメトリックでは、選択した期間(MF) の合計売上単位をロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション、前年）(MF)	このメトリックでは、選択した期間(MF) の前年の合計売上単位を、ロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション、前週）(MF)	このメトリックでは、選択した期間(MF) の前週の合計売上単位を、ロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション、日） (MF)	通常、クリアランス、特売売上の合計単位を、ロケーションと日レベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。テンプレートも考慮しません。	売上数量
売上単位（供給の日数）	このメトリックでは、供給の日数を、現在の手持ち在庫数量と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$(\text{EOH 単位 (前日)}) / [\text{平均通常売上単位 (期間・日単位)}]$
売上単位（供給の日数） (動的)	このメトリックでは、供給の日数を、現在の手持ち在庫数量と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$(\text{EOH 単位 (前日)}) / [\text{平均通常売上単位 (期間・日単位) (動的)}]$
売上単位（供給の週数）	このメトリックでは、供給の週数を、現在の手持ち在庫と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$(\text{EOH 単位}) / [\text{平均通常売上単位 (期間・週単位)}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（供給の週数） （動的）	このメトリックでは、供給の週数を、現在の手持ち在庫と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([EOH \text{ 単位 (前週)}] / [\text{平均通常売上単位 (期間・週単位)}] (\text{動的}))$
売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、週別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前月）	このメトリックでは、前期に関して、合計売上単位を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前期）	このメトリックでは、選択した前期の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前週）	このメトリックでは、前週に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、週別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（後期）	このメトリックでは、選択した後期の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（日）	このメトリックでは、1 日に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（時間、組織）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（期間）	このメトリックでは、選択した期間の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位の前年比変更率	このメトリックでは、単位売上の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$((\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前年)}]) / [\text{売上単位 (前年)}])$
売上単位の前月比変動	このメトリックは、売上単位における前月との差を計算します。	$(\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前月)}])$
売上単位の前月比変更率	このメトリックでは、売上単位の前月からの変動率を計算します。	$((\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前月)}]) / [\text{売上単位 (前月)}])$
売上単位の現行計画比変動率	このメトリックでは、単位売上の計画に対する変動率を計算します。	$((\text{売上単位} - \text{現行計画売上単位}) / \text{現行計画売上単位})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上原価	このメトリックは、売上原価を計算します。売上原価は、売上から売上による利益と返品による損失を差し引いたものとして定義されています。	(売上高 - 利益)
売上原価 (前年)	このメトリックは、前年の売上原価を週ごとに計算します。	([売上高 (前年)] - [利益 (前年)])
売上原価 (前期)	このメトリックは、前期の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	([売上高 (前期)] - [利益 (前期)])
売上原価 (後期)	このメトリックは、後期の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	([売上高 (後期)] - [利益 (後期)])
売上原価 (期間)	このメトリックは、期間の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	([売上高 (期間)] - [利益 (期間)])
売上取引数	このメトリックでは、売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上率	このメトリックでは、合計単位売上を開始時手持ち在庫と入荷単位の合計で割って、売上率を計算します。	((売上単位 / [BOH 単位]) + 受取単位)
売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を VAT を含めて計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高 (WTD、前年)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（すべて）	通常、クリアランス、特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。フィルタ（MT）は無視します。	売上額
売上高（アイテム）	このメトリックでは、指定アイテムの通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム）（MF）	このメトリックでは、指定アイテムの通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム、（前年））	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前年度のアイテム売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム、取引先）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を取引先別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をエリアレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、エリア売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（エリア、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基 づいて、エリア売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カテゴリ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を カテゴリレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カテゴリ）(MF)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を カテゴリレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カテゴリ）(ローカル)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を カテゴリレベルで計算し、店舗の現地通貨で表示します。金額は純返品量 ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（カテゴリ、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に 基づいて、カテゴリ売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カテゴリ、前年） (MF)	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に 基づいて、カテゴリ売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カテゴリ、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の前週の 合計高をカテゴリ別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含ま れます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をカンパニーレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー、(前年)）	このメトリックでは、前年度のカンパニー合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基 づいて計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をグループレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（グループ、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基 づいて、グループ売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（サブカテゴリ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をサブカテゴリレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（サブカテゴリ、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上の合計高をサブカテゴリレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基いて、指定日までのシーズンの売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をチェーンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基いて、チェーン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基いて、チェーン売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をディストリクトレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基いて、ディストリクト売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ディストリクト、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、ディストリクト売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をディヴィジョンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、ディヴィジョン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をリージョンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、リージョン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、リージョン売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ロケーション）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をロケーションレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション）(MF)	このメトリックでは、選択期間中 (MF) の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前年）(MF)	このメトリックでは、選択期間内 (MF) の最終年度の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前週）(MF)	このメトリックでは、選択期間内 (MF) の最後の週の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、日）(MF)	通常、クリアランス、特売売上の合計高を、ロケーションおよび日次レベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。テンプレートも考慮しません。	売上額
売上高（ロケーション、時間暦）(MO)	このシステムメトリックでは、選択期間中のアイテムの売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（供給の日数）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と指定評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給日数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高（前日）}] / [\text{平均通常売上高（期間・日単位）}])$
売上高（供給の日数）（動的）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と指定評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給日数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高（前日）}] / [\text{平均通常売上高（期間・日単位）（動的）}])$
売上高（供給の週数）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と選択評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給週数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高}] * (1 / [\text{平均通常売上高（期間・週単位）}]))$
売上高（供給の週数）（前年）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と選択評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給週数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高（前年）}] / [\text{平均通常売上高（期間・週単位）（前年）}])$
売上高（供給の週数）（動的）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と選択評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給週数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高（前週）}] / [\text{平均通常売上高（期間・週単位）（動的）}])$
売上高（前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基いて、前年度の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前年）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、前年度の店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（前月）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前期の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前期）	このメトリックでは、選択した前期の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前週の売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前週）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、前週の店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（市場カテゴリ）（ABS）	通常、クリアランス、特売売上の合計を市場カテゴリレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。これは選択したアイテムの市場カテゴリ売上だけを集計します。	売上額
売上高（市場カテゴリ）（シーズン累計）	通常、クリアランス、特売売上の合計を市場カテゴリレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。これは選択したアイテムの市場カテゴリ売上だけを集計します。	売上額
売上高（年累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの年間の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（年累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（後期）	このメトリックでは、選択した後期の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（時間）	通常、クリアランス、特売売上の合計を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。条件として付加される時間が表示されるので、時間でのフィルタもできます。	売上額
売上高（月累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの期間の売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（月累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（期間）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、選択期間の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（週累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの週の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高に対するクリアランスの貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対するクリアランス売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{クリアランスの売上高} / \text{売上高})$
売上高に対する通常の貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対する通常売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{通常売上高} / \text{売上高})$
売上高の前年比変更率	このメトリックでは、売上高の前年からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高 (前年)}]) / [\text{売上高 (前年)}])$
売上高の前年比変更率 (シーズン累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までのシーズン変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (シーズン累計)}] - [\text{売上高 (シーズン累計、前年)}]) / [\text{売上高 (シーズン累計、前年)}])$
売上高の前年比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、売上高の前年からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$(([\text{売上高 (ローカル)}] - [\text{売上高 (前年 (ローカル))}] / [\text{売上高 (前年 (ローカル))}]$
売上高の前年比変更率 (年累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までの年変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (年累計)}] - [\text{売上高 (年累計、前年)}]) / [\text{売上高 (年累計、前年)}])$
売上高の前年比変更率 (月累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (月累計)}] - [\text{売上高 (月累計、前年)}]) / [\text{売上高 (月累計、前年)}])$
売上高の前年比変更率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (計画シーズン累計)}] - [\text{売上高 (計画シーズン累計、前年)}]) / [\text{売上高 (計画シーズン累計、前年)}])$
売上高の前月比変動	このメトリックは、売上高における前月との差を計算します。	$(\text{売上高} - [\text{売上高 (前月)}])$
売上高の前月比変更率	このメトリックでは、売上高の前期からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高 (前月)}]) / [\text{売上高 (前月)}])$
売上高の前週比変更率	このメトリックでは、売上高の前週からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高 (前週)}]) / [\text{売上高 (前週)}])$
売上高の前週比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、売上高の前週からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$(([\text{売上高 (ローカル)}] - [\text{売上高 (前週 (ローカル))}] / [\text{売上高 (前週 (ローカル))}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高の対前年度変更率	このメトリックは前年の売上高との差を週別に計算します。	$(\text{売上高} - [\text{売上高}(\text{前年})])$
売上高表示 (アイテム)	このシステム表示は、指定したアイテムに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (アイテム、ロケーション、日) (MO)	指定した日、アイテム、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (アイテム、ロケーション、週) (MO)	指定したアイテム、週、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (ロケーション)	このシステム表示は、指定したロケーションに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (ロケーション、(前年)) (MO)	指定したアイテム、週、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (前年) (MO)	指定セグメントおよびロケの前年度の週別の照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量です。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売切単位の比率	このメトリックでは、販売された通常、特売、およびクリアランス単位の合計と、終了時手持ち在庫単位に基づいて売切比率を計算します。	$(\text{売上単位} / ([\text{EOH 単位}] + \text{売上単位}))$
売切単位の比率	このメトリックでは、販売された通常、特売、およびクリアランス単位の合計と、終了時手持ち在庫単位に基づいて売切比率を計算します。	$(\text{売上単位} / ([\text{EOH 単位}] + \text{売上単位}))$
売却ケースパック	このメトリックは最優先取引先が供給したケースパック数量に基づいて売却ケースパック数を計算します。	$(\text{売上単位} / \text{主要取引先ケースパック数量})$
売買ごとの純総仕入れ原価に対する平均利益	このメトリックは売買ごとの純総仕入れ原価に対する平均利益を計算します。	$(\text{純総仕入れ原価を基にした利益} / \text{売上取引数})$
契約原価単位価格	このメトリックは、単位あたりの契約原価を計算します。	$(\text{契約原価高} / \text{契約数量})$
契約原価高	このメトリックは、契約原価額を計算します。	契約原価額
契約数量	このメトリックは、ベンダーから発注される合計契約数量を計算します。	契約数量
契約発注原価単位価格	このメトリックは、単位あたりの契約発注原価を計算します。	$(\text{契約発注原価高} / \text{契約発注量})$
契約発注原価高	このメトリックは、契約発注中原価額を計算します。	契約発注原価額
契約発注原価高 (カテゴリ)	このメトリックは、契約発注中原価額をカテゴリレベルで計算します。	契約発注原価額
契約発注量	このメトリックは、契約の合計発注量を計算します。	契約発注量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
好機誤差	カテゴリシェア高がすべてのカテゴリのシェア高と一致すると認識された場合に、そのカテゴリの売上高の変動を計算します。このメトリックは、最優先通貨で提供されます。	(カテゴリシェアの変動 * [市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA)])
好機誤差 (ローカル)	カテゴリシェア高がすべてのカテゴリのシェア高と一致すると認識された場合に、そのカテゴリの売上高の変動を計算します。このメトリックは、現地通貨で提供されます。	([カテゴリシェアの変動 (ローカル)] * [市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA) (ローカル)])
定番パック売上比率	このメトリックでは、パック総売上に対する定番パック売上の貢献度比率を計算します。これは、通常価格のパックの比率です。	(定番パック売上高 / パック売上高)
定番パック売上高	このメトリックでは、定番パック売上の総額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VATは含まれます。	パック売上額
宣伝の日数	このメトリックではアイテムが宣伝されている日数を数えます。	宣伝の日数
対店舗数売上の前年比変更率	このメトリックでは、売上店舗数について今年と前年の間の変動率を計算します。	((売上の店舗数 - [売上の店舗数 (前年)]) / [売上の店舗数 (前年)])
対純総仕入れ原価利益の前年比変更率	このメトリックでは、純総仕入れ原価を基にした利益の前年からの変動率を計算します。	((純総仕入れ原価を基にした利益 - [純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)]) / [純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)])
市場アイテムの販売数 (市場カタログ)	このメトリックでは、特定の市場カテゴリ内で販売されたすべての市場アイテムの数を計算します。	市場アイテムの販売数
市場イベント売上単位	このメトリックでは、宣伝、陳列、値下げをしたすべてのアイテムの合計単位売上を計算します。	市場イベント売上単位
市場イベント売上高	このメトリックでは、宣伝、陳列、値下げを行なったすべてのアイテムの合計売上金額を計算します。	市場イベント売上高

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場イベント売上高（ローカル）	このメトリックでは、宣伝、陳列、値下げを行なったすべてのアイテムの合計売上高を現地通貨で計算します。	[市場イベント売上高（ローカル）]
市場カテゴリに対する売上高の貢献度比率（シーズン累計）	このメトリックでは、選択したアイテムだけに関して、市場カテゴリの売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高（市場カテゴリ）（シーズン累計）])
市場カテゴリに対する売上高の貢献度比率（絶対値）	このメトリックでは、カテゴリ全体の市場カテゴリの売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高（市場カテゴリ）（ABS）])
市場売上単位	このメトリックでは、市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（FDM CRMA）	このメトリックでは、FDM CRMA（市場エリアレベル 1）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（FDM CRMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、FDM CRMA レベル（市場エリアレベル 1）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（RMA）	このメトリックでは、RMA レベル（市場エリアレベル 3）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（RMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、RMA レベル（市場エリアレベル 3）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（前年）	このメトリックでは、前年の市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（前月）	このメトリックでは、前期に販売された市場単位の合計数量を週別に計算します。	市場売上単位
市場売上単位（前週）	このメトリックでは、前週の市場売上単位の合計数量を週別に計算します。	市場売上単位

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場売上単位（食料品 CRMA）	このメトリックでは、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位（食料品 CRMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）における市場売上単位の合計数量を計算します。	市場売上単位
市場売上単位の前年比変更率	このメトリックでは、市場単位売上の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$((\text{市場売上単位} - [\text{市場売上単位 (前年)}]) / [\text{市場売上単位 (前年)}])$
市場売上単位の前週比変更率	このメトリックでは、市場単位売上の前年からの変動率を日ごとに計算します。	$((\text{市場売上単位} - [\text{市場売上単位 (前週)}]) / [\text{市場売上単位 (前週)}])$
市場売上増の変動	このメトリックは、前年の市場売上増と小売業者の売上増の差をもとに、小売業者の売上格差を計算します。	$((\text{市場売上高の前年比変更率} - \text{売上高の前年比変更率}) * \text{売上高})$
市場売上率	このメトリックでは、製品の販売効率を物流との関係で、全商品金額（ACV）に基づいて計算します。	市場売上率
市場売上高	このメトリックでは、総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（FDM CRMA）	このメトリックでは、FDM CRMA レベル（市場エリアレベル 1）の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（FDM CRMA）（ローカル）	このメトリックでは、FDM CRMA レベル（市場エリアレベル 1）の総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高（ローカル）]
市場売上高（FDM CRMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、FDM CRMA レベル（市場エリアレベル 1）の総市場売上高を計算します。	市場売上高

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場売上高 (RMA)	このメトリックでは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高 (RMA) (ローカル)	このメトリックでは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) の総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
市場売上高 (RMA) (ローカル)(1)	このメトリックでは、RMA レベル (市場エリアレベル 3) の総市場売上高を計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
市場売上高 (RMA、(前年))	このメトリックでは、前年に関して、RMA レベル (市場エリアレベル 3) の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高 (ローカル)	このメトリックでは、総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]
市場売上高 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見積もり売上金額を計算します。	市場売上高
市場売上高 (前月)	このメトリックでは、前期の市場売上高を週別に計算します。	市場売上高
市場売上高 (前週)	このメトリックでは、前週の市場売上高を週別に計算します。	市場売上高
市場売上高 (市場カテゴリ)	このメトリックでは、すべての市場カテゴリの総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA)	このメトリックでは、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) と市場カテゴリレベルの総市場売上高を最優先通貨で計算します。	市場売上高
市場売上高 (市場カテゴリ、FDM CRMA) (ローカル)	このメトリックでは、FDM CRMA レベル (市場エリアレベル 1) と市場カテゴリレベルの総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高 (ローカル)]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場売上高（市場カテゴリ、RMA）	このメトリックでは、RMA レベル（市場エリアレベル 3）と市場カテゴリレベルの総市場売上高を最優先通貨で計算します。	市場売上高
市場売上高（市場カテゴリ、RMA）（ローカル）	このメトリックでは、RMA レベル（市場エリアレベル 3）と市場カテゴリレベルの総市場売上高を現地通貨で計算します。	[市場売上高（ローカル）]
市場売上高（月）	このメトリックでは、今期の市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（食料品 CRMA）	このメトリックでは、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高（食料品 CRMA）（ローカル）	このメトリックでは、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）の総市場売上高を計算します。	[市場売上高（ローカル）]
市場売上高（食料品 CRMA、（前年））	このメトリックでは、前年に関して、食料品 CRMA レベル（市場エリアレベル 2）の総市場売上高を計算します。	市場売上高
市場売上高に対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、市場売上高に対する売上高の貢献度を計算します。	(売上高 / 市場売上高)
市場売上高に対する市場カテゴリの貢献度比率	このメトリックは、カテゴリの市場売上全体に対する市場売上上の貢献度を計算します。	(市場売上高 / [市場売上高（市場カテゴリ）])
市場売上高の前年比変動	このメトリックは、カテゴリの市場売上全体に対する市場売上上の貢献度を計算します。	(市場売上高 - [市場売上高（前年）])
市場売上高の前年比変更率	このメトリックでは、市場売上上の前年からの変動率を週ごとに計算します。	(([市場売上高 - [市場売上高（前年）]] / [市場売上高（前年）])
市場売上高の前月比変更率	このメトリックでは、今期の市場売上上の前期からの変動率を週ごとに計算します。	(([市場売上高（月）] - [市場売上高（前月）]) / [市場売上高（前月）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場売上高の前週比変更率	このメトリックでは、市場売上の前週からの変動率を週ごとに計算します。	$((\text{市場売上高} - [\text{市場売上高 (前週)}]) / [\text{市場売上高 (前週)}])$
市場売上高の対前年度変更率	このメトリックは今年の市場総売上と前年の市場総売上の差を計算します。	$(\text{市場売上高} - [\text{市場売上高 (前年)}])$
市場正常売上単位	このメトリックでは、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見積もり売上数量を計算します。	市場正常売上単位
市場正常売上単位 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見積もり売上数量を計算します。	市場正常売上単位
市場正常売上高	このメトリックでは、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見積もり売上金額を計算します。	市場正常売上高
市場正常売上高 (ローカル)	このメトリックでは、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録される予測売上高を現地通貨で計算します。	$[\text{市場正常売上高 (ローカル)}]$
市場正常売上高 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、陳列、特売、または値下げなどの影響がなかった場合に記録されたと思われる見もり売上金額を計算します。	市場正常売上高
市場特売割引率	このメトリックでは、市場の合計と特売の売上および数量に基づいて、市場売上の特売割引率を計算します。	$(((\text{市場売上高} - \text{市場特売売上高}) / (\text{市場売上単位} - \text{市場特売売上単位})) - (\text{市場特売売上高} / \text{市場特売売上単位})) / (((\text{市場売上高} - \text{市場特売売上高}) / (\text{市場売上単位} - \text{市場特売売上単位})))$
市場特売売上単位	このメトリックでは、宣伝アイテムの合計単位売上を計算します。	市場特売売上単位

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
市場特売売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、宣伝アイテムの合計単位売上を計算します。	市場特売売上単位
市場特売売上高	このメトリックでは、宣伝アイテムの合計売上高を計算します。この量は、「市場主要広告」とも呼ばれます。	市場特売売上高
市場特売売上高（ローカル）	このメトリックでは、宣伝アイテムの合計売上高を現地通貨で計算します。この量は、「市場主要広告」とも呼ばれます。	[市場特売売上高（ローカル）]
市場特売売上高（前年）	このメトリックでは、前年の宣伝アイテムの合計金額売上を計算します。	市場特売売上高
市場特売売上高率	このメトリックでは、市場総売上に対する特売市場売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{市場特売売上高} / \text{市場売上高})$
市場累積売上高	このメトリックでは、市場イベント売上と市場正常売上間の差額を計算します。この金額は、イベントによる売上の変動を示します。	$(\text{市場イベント売上高} - \text{市場正常売上高})$
市場累積売上高率	このメトリックでは、イベントの結果発生する売上の変動率を計算します。この値は、市場イベント売上と市場正常売上の差額の比率に基づくものです。	$((\text{市場イベント売上高} - \text{市場正常売上高}) / \text{市場正常売上高})$
平均 EOH 売価高	このメトリックは、最終手持ち価額を最終手持ち単位で割って平均在庫価格を計算します。	$([\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 単位}])$
平均利益	このメトリックは、売上利益の平均から返品による利益減の平均を引いた値を計算します。	平均利益額
平均割り当て領域（アイテム、リージョン）(1 次)	このメトリックはリージョンレベルですべてのアイテムに割り当てられた平均一次距離を計算します。	[平均 1 次数量]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均割り当て領域（体積）	このメトリックは割り当て領域の平均体積を計算します。	平均体積量
平均割り当て領域（前年） （体積）	このメトリックは前年の割り当て領域の平均体積を計算します。	平均体積量
平均割り当て領域（前年） （面積）	このメトリックは前年の割り当て領域の平均面積を計算します。	平均面積
平均割り当て領域（前年） （1 次）	このメトリックは前年の割り当て領域の平均一次単位を計算します。	[平均1 次数量]
平均割り当て領域（面積）	このメトリックは割り当て領域の平均面積を計算します。	平均面積
平均割り当て領域（1 次）	このメトリックは割り当て領域の平均一次単位を計算します。	[平均1 次数量]
平均在庫仕入れ高	このメトリックは平均在庫仕入れ高を計算します。	$(([\text{BOH 原価高}] + [\text{EOH 原価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
平均在庫仕入れ高（前年）	このメトリックは前年の平均在庫仕入れ高を計算します。	$(([\text{BOH 原価高 (前年)}] + [\text{EOH 原価高 (合計) (前年)}]) / ([\text{在庫の週数 (前年)}] + 1))$
平均在庫売価高	このメトリックは平均在庫売価高を計算します。	$(([\text{BOH 売価高}] + [\text{EOH 売価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
平均在庫売価高（前年）	このメトリックは前年の平均在庫売価高を計算します。	$(([\text{BOH 売価高 (前年)}] + [\text{EOH 売価高 (合計) (前年)}]) / ([\text{在庫の週数 (前年)}] + 1))$
平均売上利益	このメトリックは平均売上利益を計算します。金額には返品を含みません。	平均売上利益額
平均売上利益（前年）	このメトリックは前年の平均売上利益を計算します。金額には返品を含みません。	平均売上利益額
平均売上高	このメトリックは平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	平均売上高
平均売上高（前年）	このメトリックは前年の平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	平均総売上高

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均売上高の競合価格比 変動率	このメトリックでは、小売業者とその競合他社の間の平均販売価格の変動率を計算します。	$((\text{売上高} / \text{売上単位}) - \text{競合他社平均価格}) / \text{競合他社平均価格}$
平均売価高	このメトリックは、総売上と販売した単位数に基づいて、平均売価高を計算します。	$(\text{売上高} / \text{売上単位})$
平均売価高（ローカル）	このメトリックは、総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均売価高を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{売上高（ローカル）}] / \text{売上単位})$
平均売価高（年累計）	このメトリックはアイテムの年累計平均売価高を計算します。	$([\text{売上高（年累計）}] / [\text{売上単位（年累計）}])$
平均売価高（月累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均売価高を週ごとに計算します。	$([\text{売上高（月累計）}] / [\text{売上単位（月累計）}])$
平均売価高（週累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均売価高を日ごとに計算します。	$([\text{売上高（週累計）}] / [\text{売上単位（週累計）}])$
平均契約原価高	このメトリックは、この契約で交渉された平均購入原価を計算します。	平均契約仕入れ原価額
平均小売価格	このメトリックは平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（ローカル）	このメトリックは平均小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$[\text{平均単位売価高（ローカル）}]$
平均小売価格（年累計）	このメトリックはアイテムの年累計平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（月累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（週累計）	このメトリックはアイテムの週累計平均小売価格を日ごとに計算します。	平均単位売価高
平均小売価格と競合他社 価格との差	このメトリックは、小売業者の平均小売価格と競合他社の小売価格との価格分散を計算します。	$((\text{売上高} / \text{売上単位}) - \text{競合他社平均価格})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均市場売価高	このメトリックは、市場売上と販売した市場単位の総数に基づいて、平均市場売価高を計算します。	$(\text{市場売上高} / \text{市場売上単位})$
平均市場特売売価高	このメトリックは、特売市場売上と販売した特売市場単位の総数に基づいて、平均市場売価高を計算します。	$(\text{市場特売売上高} / \text{市場特売売上単位})$
平均市場非特売売価高	このメトリックは、市場売上と市場特売売上の差に基づいて、特売品でない市場アイテムの平均売価高を計算します。	$((\text{市場売上高} - \text{市場特売売上高}) / (\text{市場売上単位} - \text{市場特売売上単位}))$
平均早着日数	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて早く配送された平均日数を計算します。	平均早着日数
平均早着時間	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて早く配送された平均時間を計算します。	平均早着時間
平均最大割り当て領域（体積）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て領域の体積を計算します。	平均最大体積額
平均最大割り当て領域（面積）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て領域の面積を計算します。	平均最大面積
平均最大割り当て領域（1次）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て一次領域を計算します。	平均一次最高数量
平均最小割り当て領域（体積）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て領域の体積を計算します。	平均最小体積額
平均最小割り当て領域（面積）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て領域の面積を計算します。	平均最小面積
平均最小割り当て領域（1次）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て一次領域を計算します。	平均一次最小数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均特売価格	このメトリックは、特売総売上と販売した単位数に基づいて、特売アイテムの平均価格を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{特売売上単位})$
平均特売価格（ローカル）	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均特売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{特売売上高（ローカル）}] / \text{売上単位})$
平均純売価高	このメトリックは、純売上合計と販売した単位数に基づいて、平均売価高を計算します。	$((\text{売上高} - \text{返品高}) / (\text{売上単位} - \text{返品単位}))$
平均複数単位売価価格	このメトリックは複数単位売価額を計算します。	平均複数単位売価価格
平均通常売上単位（期間・日単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を日ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・週単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を週ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・週単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を週ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・日単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を日ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上高（期間・日単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を日ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・日単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を日ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（前年）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均通常売上高（期間・週単位）（前年）（動的）	このメトリックは前年の評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売価高	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいて、平均通常売価高を計算します。	$(\text{通常売上高} / \text{通常売上単位})$
平均通常売価高（ローカル）	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均通常売価高を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{通常売上高（ローカル）}] / \text{売上単位})$
平均遅延日数	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて遅く配送された平均日数を計算します。	平均遅延日数
平均遅延時間	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて遅く配送された平均時間を計算します。	平均遅延時間
平均非特売売上高	このメトリックは特売品でないアイテムの平均価格を計算します。	$((\text{売上高} - \text{特売売上高}) / (\text{売上単位} - \text{特売売上単位}))$
店舗ごとの平均利益	このメトリックは、総利益と売上店舗数に基づいて店舗ごとの平均利益を計算します。	$(\text{利益} / \text{売上の店舗数})$
店舗ごとの平均利益（前年）	このメトリックは前年の店舗ごとの平均利益を週単位で計算します。	$([\text{利益（前年）}] / [\text{売上の店舗数（前年）}])$
店舗ごとの平均利益（前年）（ローカル）	このメトリックは前年の店舗ごとの平均利益を週単位で計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{利益（前年）（ローカル）}] / [\text{売上の店舗数（前年）}])$
店舗ごとの平均売上高	このメトリックは、総売上と売上店舗数に基づいて店舗ごとの平均売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(\text{売上高} / \text{売上の店舗数})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗ごとの平均売上高（前年）	このメトリックは前年の店舗ごとの平均売上高を週単位で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([売上高（前年）] / [売上の店舗数（前年）])$
店舗ごとの平均売上高の対前年度変更率	このメトリックはロケーションレベルで店舗ごとの平均売上の前年に対する変動率を計算します。	$(店舗ごとの平均売上高 - [店舗ごとの平均売上高（前年）])$
店舗ごとの純総仕入れ原価	このメトリックでは、店舗（ロケーション）の数を純総仕入れ原価で計算します。	$(純総仕入れ原価 / 分配コストの店舗数)$
店舗ごとの純総仕入れ原価（前年）	このメトリックでは、取引参加店舗（ロケーション）の数を、前年の純総仕入れ原価で計算します。	$([純総仕入れ原価（前年）] / [分配コストの店舗数（前年）])$
店舗ごとの純総仕入れ原価における対前年度の利益変更率	このメトリックは取引参加店舗ごとに純総仕入れ原価を基にした利益の前年に対する変動を最優先通過で計算します。	$(店舗ごとの純総仕入れ原価を基にした利益 - [店舗ごとの純総仕入れ原価を基にした利益（前年）])$
店舗ごとの純総仕入れ原価の対前年度変更率	このメトリックは取引参加店舗ごとに純総仕入れ原価の前年に対する変動を計算します。	$(店舗ごとの純総仕入れ原価 - [店舗ごとの純総仕入れ原価（前年）])$
店舗ごとの純総仕入れ原価を基にした利益	このメトリックでは、取引参加店舗（ロケーション）ごとの純総仕入れ原価を基にした利益を、最優先通貨で計算します。	$(純総仕入れ原価を基にした利益 / 分配コストの店舗数)$
店舗ごとの純総仕入れ原価を基にした利益（前年）	デパートメントレベルの純総仕入れ原価を基にした取引先総利益を通常、特売、クリアランスの売上データと取引先純総仕入れ原価に基づくカテゴリ別に計算します。最優先通貨で格納されます。	$([純総仕入れ原価を基にした利益（前年）] / [分配コストの店舗数（前年）])$
店舗の輸送	このメトリックでは、店舗の輸送回数を計算します。	店舗の輸送
店舗内のクリアランス値下げ高	このメトリックでは、店舗内のクリアランス値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗内のクリアランス値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の店舗内のクリアランス値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高	このメトリックでは、店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高	このメトリックでは、店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗内の特売値下げ高 (日)	このメトリックでは、1 日の店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高 (月累計)	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高 (週累計)	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高	このメトリックでは、店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (シーズン累計)	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (前年)	このメトリックでは、前年の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (前週)	このメトリックでは、前週の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (年累計)	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (日)	このメトリックでは、1 日の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (月累計)	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (週累計)	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内値下げ額の前年比 変更率	このメトリックでは、店舗内値下げ売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{店舗内の値下げ高} - [\text{店舗内の値下げ高 (前年)}]) / [\text{店舗内の値下げ高 (前年)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗内通常値下げ額の前年比変更率	このメトリックでは、店舗内通常値下げ売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$\frac{((\text{店舗内の通常値下げ高} - [\text{店舗内の通常値下げ高 (前年)}]) / [\text{店舗内の通常値下げ高 (前年)}])}{1}$
店舗数	このメトリックでは店舗の総数を数えます。	店舗数
店舗販売に対する平均市場アイテム	このメトリックは、製品を保持する各店舗で有効な選択した製品の異なる UPC の平均数を計算します。	店舗販売に対する平均市場アイテム
従業員の割引額	このメトリックでは、従業員割引額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	従業員に対する総売上割引額
手持ち在庫表示（アイテム、日）	このシステム表示は、指定したアイテムに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。	手持ち在庫数量
手持ち在庫表示（ロケーション）	このシステム表示は、指定したロケーションに関する照合可能な手持ち在庫リファレンスを取得するための在庫表を示します。	手持ち在庫数量
振替単位	このメトリックは振替の単位数量を計算します。	振替数量
振替原価高	このメトリックは振替原価高を計算します。	振替原価額
振替売価高	このメトリックは振替売価高を計算します。	振替売価額
換算レート	このメトリックは、店舗の取引数を店舗の輸送量で除算して取引の換算レートを計算します。	$((\text{合計取引数} / \text{店舗の輸送}) * 100)$
日数	このメトリックでは日数を数えます。	日数
日数（月）	このメトリックでは特定の月の合計日数を数えます。	日数
時間どおりの配送数	このメトリックでは、時間どおりに到着した配送の総数を計算します。	時間どおりの配送数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
時間どおりの配送数（前年）	このメトリックでは、時間どおりに到着した前年の配送の総数を計算します。	時間どおりの配送数
最大納入インボイス原価額	このメトリックでは、レポートで選択した取引先、アイテム、ロケーション、および日に対する取引先インボイスの最大原価を計算します。	最大納入インボイス原価額
最小納入インボイス原価額	このメトリックでは、レポートで選択した取引先、アイテム、ロケーション、および日に対する取引先インボイスの最小原価を計算します。	最小納入インボイス原価額
月に対する在庫切れ日数の比率	このメトリックでは、アイテムが在庫切れになった、または手持ち在庫単位が 0 以下になった時間（日数）の比率を計算します。	$(\text{在庫切れの日数} / [\text{日数}(\text{月})])$
月数	このメトリックでは期間の数を数えます。	月数
月次平均利益	このメトリックは、選択した期間の数期間にわたる利益を計算します。	$(\text{利益} / \text{月数})$
月次平均売上高	このメトリックは、選択した期間の数期間にわたる売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(\text{売上高} / \text{月数})$
期間終了日	このシステムメトリックでは、期間の終了日を計算します。	期間終了日
期間開始日	このシステムメトリックでは、期間の開始日を計算します。	期間開始日
期間開始日 - 店舗開始日	このシステムメトリックでは、期間の開始日と店舗の開始日との日数の差を計算します。	<code>ApplySimple("Case When #1 is Null Then (#0-#2) Else (#0-#1) End", 期間開始日, 開店日, 期間開始日)</code>
構成店舗利益	このメトリックは、構成店舗の合計利益を、構成店舗の返品による損失も含めて計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
構成店舗利益（前年）	このメトリックは、構成店舗の前年の週別合計利益を、構成店舗の前年の週別の返品による損失も含めて計算します。	利益額
構成店舗利益の前年比変更率	このメトリックでは、比較店舗の利益の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$(\text{構成店舗利益} / [\text{構成店舗利益（前年）}])$
構成店舗売上高の前年比変更率	このメトリックでは、比較店舗の売上高の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$((\text{構成店舗売上高} - [\text{構成店舗売上高（前年）}]) / [\text{構成店舗売上高（前年）}])$
構成店舗売上高	構成店舗の売上を計算します。比較期間の開始前の 53 週間オープンしていなかった店舗や、比較期間の終了時に既にクローズしていた店舗の売上は除外されます。	売上額
構成店舗売上高（前年）	前年の構成店舗の売上を計算します。比較期間の開始前の 53 週間オープンしていなかった店舗や、比較期間の終了時に既にクローズしていた店舗の売上は除外されます。	売上額
為替通貨レート（MO）	このメトリックは、平均為替レートを計算します。	為替通貨レート
特売のために発送された個々の送料	このメトリックは、顧客ごとの特売の配送原価を計算します。	メールに対する特売コスト
特売アイテムの比率	このメトリックでは、総売上に対する特売アイテムの比率を計算します。	$(\text{特売アイテム数} / [\text{販売アイテム数（時間暦）（MO）}])$
特売アイテム数	このメトリックでは特売アイテムの数を数えます。	販売アイテム数
特売バック売上比率	このメトリックでは、バック総売上に対する特売バック売上の貢献度比率を計算します。これは、特売のバックの比率です。	$(\text{特売バック売上高} / \text{バック売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
特売パック売上高	このメトリックでは、特売パック売上の総額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VATは含まれます。	パック売上額
特売価格の変動（競合他社の特売価格と比較）	このメトリックは、小売業者の平均特売価格と競合他社の特売価格の価格分散を計算します。	$((\text{特売売上高} / \text{特売売上単位}) - \text{競合他社平均特売価格})$
特売価格の変動率（競合他社の特売価格と比較）	このメトリックでは、小売業者の平均特売価格とその競合他社の特売価格の間の変動率を計算します。	$((\text{特売売上高} / \text{特売売上単位}) - \text{競合他社平均特売価格}) / \text{競合他社平均特売価格}$
特売値下げ高	このメトリックでは特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日中の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高 VAT	このメトリックでは、特売値下げの VAT 額を計算します。	$[\text{値下げ VAT 額}]$
特売値下げ高 VAT	このメトリックでは特売値下げ売上を計算します。	$[\text{値下げ VAT 額}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
特売値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、特売値下げの売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{特売値下げ高} - [\text{特売値下げ高 (前年)}]) / [\text{特売値下げ高 (前年)}])$
特売値下げ高の現行計画比変動率	このメトリックでは、特売値下げ売上の計画に対する変動率を計算します。	$((\text{特売値下げ高} - \text{現行計画特売値下げ高}) / \text{現行計画特売値下げ高})$
特売利益率	このメトリックでは、特売返品による利益減を含む特売売上利益の特売売上に対する貢献度比率を計算します。	$(\text{特売利益高} / \text{特売売上高})$
特売利益高	このメトリックでは特売売上で得た利益を計算します。	利益額
特売割引率	このメトリックでは、特売アイテムの割引率を計算します。	$((\text{平均非特売売上高} - \text{平均特売価格}) / \text{平均非特売売上高})$
特売売上の店舗数	このメトリックでは特売店舗の数を数えます。	売上の店舗数
特売売上単位	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計単位数量を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
特売売上単位 (アイテム)	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計数をアイテム別に計算します。	売上数量
特売売上単位 (ロケーション)	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計数をロケーション別に計算します。	売上数量
特売売上率	このメトリックでは、総売上にに対する特売売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{売上高})$
特売売上高	このメトリックでは特売売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
特売売上高 (ローカル)	このメトリックでは、特売売上高を店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額 (ローカル)]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
特売売上高（前年）	このメトリックでは特売売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
特売売上高の貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対する特売売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{売上高})$
特売店舗の比率	このメトリックでは、総売上に 対する特売店舗の比率を計算 します。	$(\text{特売売上の店舗数} / [\text{売上の店舗数} \\ (\text{時間暦}) (\text{MO})])$
現行計画 BOP 原価高	このメトリックは、選択した期間の 期初の計画手持ち在庫の原価 高を計算します。	[現行計画 BOP 原価額]
現行計画 BOP 売価高	このメトリックは、選択した期間の 期初の計画手持ち在庫の売価 高を計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (カンパニー)	このメトリックは、選択した期間の 期初の現行計画手持ち在庫の 売価高を、会社レベルで計算し ます。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (グループ)	このメトリックは、選択した期間の 期初の現行計画手持ち在庫の 売価高を、グループレベルで計算 します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (サブカテゴリ)	このメトリックは、選択した期間の 期初の現行計画手持ち在庫の 売価高を、サブカテゴリレベルで 計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックは、選択した期間の 期初の現行計画手持ち在庫の 売価高を、ディヴィジョンレベルで 計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高 (デパートメント)	このメトリックは、選択した期間の 期初の現行計画手持ち在庫の 売価高を、デパートメントレベル で計算します。	[現行計画 BOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画 BOP 週ごとの供給	このメトリックは、現行計画売上高に対する現行計画の期初在庫高の比率を週ベースで計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / (\text{現行計画 売上高} / \text{現行計画 売上の週数}))$
現行計画 EOP 仕入れ原価高	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の原価高を計算します。	$[\text{現行計画 EOP 仕入れ原価額}]$
現行計画 EOP 仕入れ原価高 (合計)	このメトリックは、選択した期間中の計画手持ち在庫の原価高を計算します。	$[\text{現行計画 EOP 仕入れ原価額}]$
現行計画 EOP 売価高	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の売価高を計算します。	$[\text{現行計画 EOP 売価額}]$
現行計画 EOP 売価高 (合計)	このメトリックは、選択した期間中の計画手持ち在庫の売価高を計算します。	$[\text{現行計画 EOP 売価額}]$
現行計画 EOP 売価高 (年累計)	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の年累計売価高を計算します。	$[\text{現行計画 EOP 売価額}]$
現行計画 EOP 売価高 (月累計)	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の指定日までの期間の売価高を計算します。	$[\text{現行計画 EOP 売価額}]$
現行計画 EOP 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫のシーズン累計売価高を計算します。	$[\text{現行計画 EOP 売価額}]$
現行計画 EOP 売価高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の終了時在庫高に対する現行計画の終了時在庫高の増加率または減少率を計算します。	$(([\text{現行計画 EOP 売価高}] - [\text{EOH 売価高 (前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (前年)}])$
現行計画 GMROI	このメトリックは、現行計画粗利益高を現行計画平均在庫仕入れ額で除算して、現行計画商品投下資本粗利益率を計算します。	$(\text{現行計画粗利益高} / \text{現行計画平均在庫仕入れ高})$
現行計画クリアランス値下げ高	このメトリックは、CP クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画クリアランス値下げ高（前年）	このメトリックは、前年に関して、CP クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高（年累計）	このメトリックは、年累計計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高（月累計）	このメトリックは、指定日までの期間の計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックは、計画シーズン累計計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画コミットメント	このメトリックは、発注済みであるが未承認のアイテムの CP 金額を計算します。	現行計画コミットメント売価額
現行計画ベンダーに返品された単位	このメトリックは、何らかの理由でベンダーに返品される予定のアイテムの合計現行計画数量を計算します。	現行計画ベンダーに返品された数量
現行計画ベンダーに返品された売価高	このメトリックは、何らかの理由でベンダーに返品される予定のアイテムの合計現行計画売価額を計算します。	現行計画ベンダーに返品された売価額
現行計画ロス額	このメトリックは、現行計画不足額（つまり現行計画ロス額）を計算します。	現行計画ロス売価額
現行計画値下げ率	このメトリックでは、現行計画の値下げ高を現行計画の売上高で割ることによって、現行計画の値下げ率を計算します。	$(\text{現行計画値下げ高} / \text{現行計画売上高})$
現行計画値下げ率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の指定日までの年値下げ売上高の合計を現行計画の指定日までの年売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの年総値下げ率を計算します。	$([\text{現行計画値下げ高（年累計）}] / [\text{現行計画売上高（年累計）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画値下げ率（月累計）	現行計画の指定日までの期間値下げ売上高の合計を現行計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの期間総値下げ率を計算します。	$([\text{現行計画値下げ高 (月累計)}] / [\text{現行計画売上高 (月累計)}])$
現行計画値下げ率（計画シーズン累計）	現行計画の指定日までのシーズン計画値下げ売上高の合計を指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、現行計画の指定日までのシーズン計画総値下げ率を計算します。	$([\text{現行計画値下げ高 (計画シーズン累計)}] / [\text{現行計画売上高 (計画シーズン累計)}])$
現行計画値下げ高	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画値下げ高を計算します。	$([\text{現行計画クリアランス値下げ高} + \text{現行計画特売値下げ高}] + \text{現行計画通常値下げ高})$
現行計画値下げ高（前年）	このメトリックは、前年に関して、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画値下げ高を計算します。	$([\text{現行計画クリアランス値下げ高 (前年)}] + [\text{現行計画特売値下げ高 (前年)}] + [\text{現行計画通常値下げ高 (前年)}])$
現行計画値下げ高（年累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の年累計現行計画値下げ高を計算します。	$([\text{現行計画クリアランス値下げ高 (年累計)}] + [\text{現行計画特売値下げ高 (年累計)}] + [\text{現行計画通常値下げ高 (年累計)}])$
現行計画値下げ高（月累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の指定日までの期間の現行計画値下げ高を計算します。	$([\text{現行計画クリアランス値下げ高 (月累計)}] + [\text{現行計画特売値下げ高 (月累計)}] + [\text{現行計画通常値下げ高 (月累計)}])$
現行計画値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画シーズン累計現行計画値下げ高を計算します。	$([\text{現行計画クリアランス値下げ高 (計画シーズン累計)}] + [\text{現行計画特売値下げ高 (計画シーズン累計)}] + [\text{現行計画通常値下げ高 (計画シーズン累計)}])$
現行計画値下げ高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の実際の値下げ売上に対する今年の現行計画の値下げ売上の増加率または減少率を週ごとに計算します。	$([\text{現行計画値下げ高} - [\text{現行計画値下げ高 (前年)}]] / [\text{現行計画値下げ高 (前年)}])$
現行計画入荷売価高	このメトリックは、実際に入荷したアイテムの現行計画売価高を計算します。	現行計画入荷売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画利益	このメトリックは、売上見込みに基づいて総計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（エリア）	このメトリックは、エリアレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（カテゴリ）	このメトリックは、カテゴリレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（カテゴリ）に対する現行計画利益の貢献度比率	このメトリックでは、カテゴリの計画利益に対する計画利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{現行計画利益} / [\text{現行計画利益（カテゴリ）}])$
現行計画利益（カンパニー）	このメトリックは、カンパニーレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（カンパニー）に対する現行計画利益の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの計画利益に対する計画利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{現行計画利益} / [\text{現行計画利益（カンパニー）}])$
現行計画利益（チェーン）	このメトリックは、チェーンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ディストリクト）	このメトリックは、ディストリクトレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ディヴィジョン）	このメトリックは、ディヴィジョンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（リージョン）	このメトリックは、リージョンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ロケーション）	このメトリックは、ロケーションレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（前年）	このメトリックは、前年に関して、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画利益（前週）	このメトリックは、前週に関して、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益率	このメトリックでは、計画売上に対する計画利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{現行計画利益} / \text{現行計画売上高})$
現行計画受入合計	このメトリックは、受取予定、発注中、コミットメント、受取見積を合計し、発注中のキャンセルを差し引いて、現行計画受入合計を計算します。	$(((((\text{現行計画入荷売価高} + \text{現行計画発注中売価高}) - \text{現行計画発注中キャンセル売価高}) + \text{現行計画コミットメント}) + \text{現行計画受取売価高})$
現行計画受取単位	このメトリックは、受け取る予定の計画単位数量を計算します。	現行計画受取数量
現行計画受取原価高	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（年累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの年累計現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（月累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（計画シーズン累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムのシーズン累計現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取売価高	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画受取売価高（年累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画年累計売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画受取売価高（月累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の現行計画売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画受取売価高（計画シーズン累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画シーズン累計売価高を計算します。	現行計画受取売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画合計在庫値下げ	このメトリックは、現行計画売上、現行計画値下げ、現行計画ロス、現行計画のベンダーへの返品の合計を計算します。	$((\text{現行計画売上高} + \text{現行計画値下げ高}) + \text{現行計画ロス額}) + \text{現行計画ベンダーに返品された売価高}$
現行計画在庫の週数	このメトリックでは、現行計画にしたがって計画在庫がゼロより大きい週の数を数えます。	現行計画在庫の週数
現行計画在庫回転数	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(\text{現行計画売上高} / \text{現行計画平均在庫売価高})$
現行計画売上の週数	このメトリックでは、現行計画通常売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	現行計画売上の週数
現行計画売上単位	通常計画売上単位、クリアランス計画売上単位、特売計画売上単位に基づいて、合計計画売上単位を計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（エリア）	通常計画売上単位、クリアランス計画売上単位、特売計画売上単位に基づいて、合計計画売上単位を計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（カテゴリ）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、カテゴリの現行計画合計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（カンパニー）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、カンパニーの現行計画合計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上単位（グループ）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、グループの現行計画合計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（チェーン）	このメトリックは、計画売上単位の数量をチェーンレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（ディストリクト）	このメトリックは、計画売上単位の数量をディストリクトレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（ディヴィジョン）	このメトリックは、計画売上単位の数量をディヴィジョンレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（リージョン）	このメトリックは、計画売上単位の数量をリージョンレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（ロケーション）	このメトリックは、計画売上単位の数量をロケーションレベルで計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（前年）	このメトリックは、前年に関して、計画売上単位の数量を週別に計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上単位（前週）	このメトリックは、前週に関して、計画売上単位の数量を週別に計算します。返品が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（月累計）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、現行計画月累計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量
現行計画売上単位（計画シーズン累計）	このメトリックは、通常売上数量、クリアランス売上数量、特売売上数量に基づいて、現行計画シーズン累計売上単位を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上数量
現行計画売上原価	このメトリックは、計画売上原価を計算します。計画売上高から計画利益額を引いたものとして定義されています。	(現行計画売上高 - 現行計画利益)
現行計画売上高	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画合計売上高を計算します。これは純返品量です。	現行計画売上額
現行計画売上高（エリア）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（カテゴリ）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、カテゴリの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上高（カンパニー）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、カンパニーの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（グループ）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、グループの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（サブカテゴリ）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、サブカテゴリの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（チェーン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計計画売上高をチェーンレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（ディストリクト）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計売上高をディストリクトレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（ディヴィジョン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計売上高をディストリクトレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（リージョン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計計画売上高をリージョンレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上高（ロケーション）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、グループの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（供給の週数）	このメトリックは、現行計画の手持ち在庫高と選択した評価期間の平均売上に基づいて、供給の週数を計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] / [\text{平均通常売上高 (期間・週単位)}])$
現行計画売上高（前年）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、前年の合計計画売上高を週別に計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（前週）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、前週の合計計画売上高を週別に計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（年累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画年累計売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（月累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画月累計売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（計画シーズン累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画シーズン累計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高に対する純売上高の貢献度比率	このメトリックでは、現行計画の売上に対する実際の売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / \text{現行計画売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の純売上に対する現行計画の売上の増加率または減少率を週ごとに計算します。	$((\text{現行計画売上高} - [\text{売上高 (前年)}]) / [\text{売上高 (前年)}])$
現行計画平均在庫仕入れ高	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(([\text{現行計画 BOP 原価高}] + [\text{現行計画 EOP 仕入れ原価高 (合計)}]) / (\text{現行計画在庫の週数} + 1))$
現行計画平均在庫売価高	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(([\text{現行計画 BOP 売価高}] + [\text{現行計画 EOP 売価高 (合計)}]) / (\text{現行計画在庫の週数} + 1))$
現行計画引当済在庫	このメトリックは、現行計画期初手持ち在庫を現行計画売上高で除算して、現行計画引当済在庫率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / \text{現行計画売上高})$
現行計画特売値下げ高	このメトリックは、計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高 (前年)	このメトリックは、前年に関して、現行計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高 (年累計)	このメトリックは、年累計計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高 (月累計)	このメトリックは、指定日までの期間の計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックは、指定日までの期間の計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画発注中キャンセル売価高	このメトリックは、現行計画キャンセル済み発注高を計算します。	現行計画発注がキャンセルされた売価額
現行計画発注中売価高	このメトリックは、発注された商品の現行計画売価高を計算します。	現行計画発注売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画粗利益率	このメトリックでは、現行計画の粗利益額を現行計画の売上高で割ることによって、現行計画の粗利益率を計算します。	$(\text{現行計画粗利益高} / \text{現行計画売上高})$
現行計画粗利益率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の指定日までの年粗利益額を現行計画の指定日までの年売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの年計画粗利益率を計算します。	$([\text{現行計画粗利益高（年累計）}] / [\text{現行計画売上高（年累計）}])$
現行計画粗利益率（月累計）	このメトリックでは、現行計画の指定日までの期間粗利益額を現行計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの期間粗利益率を計算します。	$([\text{現行計画粗利益高（月累計）}] / [\text{現行計画売上高（月累計）}])$
現行計画粗利益率（計画シーズン累計）	現行計画の指定日までのシーズン計画粗利益額を現行計画の指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、現行計画の指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	$([\text{現行計画粗利益高（計画シーズン累計）}] / [\text{現行計画売上高（計画シーズン累計）}])$
現行計画粗利益額の前年比変動率	このメトリックでは、現行計画の粗利益額の前年からの増加率または減少率を計算します。	$((\text{現行計画粗利益高} - [\text{現行計画粗利益高（前年）}]) / [\text{現行計画粗利益高（前年）}])$
現行計画粗利益高	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高（前年）	このメトリックは、前年に関して、現行計画総利益額に基づいて現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高（年累計）	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、年累計現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高（月累計）	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、指定日までの期間の現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画粗利益高（計画シーズン累計）	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、計画シーズン累計現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画累積値入率	このメトリックでは、現行計画の累積値入率を計算します。	現行計画累積値入額
現行計画通常値下げ高	このメトリックは、計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高（前年）	このメトリックは、前年に関して、現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高（年累計）	このメトリックは、年累計現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高（月累計）	このメトリックは、指定日までの期間の現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックは、計画シーズン累計現行計画値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
発注どおりの配送数	このメトリックでは、発注品が全数入荷した配送の総数を計算します。これは発注どおりの配送数です。	発注どおりの配送数
発注どおりの配送数（前年）	このメトリックでは、発注品が全数入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注どおりの配送数です。	発注どおりの配送数
発注を不足した配送の数	このメトリックでは、発注品の一部が入荷した配送の総数を計算します。これは発注を不足した配送の数です。	発注を不足した配送の数
発注を不足した配送の数（前年）	このメトリックでは、発注品の一部が入荷した前年の配送の総数を計算します。これは発注を不足した前年の配送の数です。	発注を不足した配送の数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
発注を超過した配送の数	このメトリックでは、発注書の数量より多く入荷した配送の総数を計算します。これは発注を超過した配送の数です。	発注を超過した配送の数
発注を超過した配送の数 (前年)	このメトリックでは、発注書の数量より多く入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注を超過した配送の数です。	発注を超過した配送の数
発注中単位	このメトリックでは、発注中アイテムの単位数を計算します。	発注中数量
発注中原価高	このメトリックでは、発注中のアイテムの原価高を計算します。	発注中原価額
発注中売価高	このメトリックでは、発注中アイテムの売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（前年）	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度の売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（年累計）	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの年間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（年累計、 前年）	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの年間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（月累計）	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの期間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（月累計、 前年）	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの期間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（計画シーズン 累計）	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高（計画シーズン 累計、前年）	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	発注中売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
発注実行の評価	このメトリックでは、全発注数が入荷した場合の入荷済み合計配送数の比率に基づいて、発注実行の評価を計算します。	$(\text{発注どおりの配送数} / \text{発注配送数})$
発注実行の評価（前年）	このメトリックでは、全発注数が入荷した場合の入荷済み合計配送数の比率に基づいて、前年度の発注実行の評価を計算します。	$([\text{発注どおりの配送数（前年）}] / [\text{発注配送数（前年）}])$
発注実行評価の変動	このメトリックでは、前年度における発注実行評価の変動を計算します。	$((\text{発注実行の評価} - [\text{発注実行の評価（前年）}]) / [\text{発注実行の評価（前年）}])$
発注配送数	このメトリックでは、発注に応じて入荷した配送の総数を計算します。これは発注配送の数です。	$(([\text{発注どおりの配送数} + \text{発注を不足した配送の数}] + \text{発注を超過した配送の数})$
発注配送数（前年）	このメトリックでは、発注に応じて入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注配送の数です。	$((([\text{発注どおりの配送数（前年）}] + [\text{発注を不足した配送の数（前年）}]) + [\text{発注を超過した配送の数（前年）}])$
発送単位予算	このメトリックでは、計画に基づいて発送用に残されている単位数量を計算します。	$(\text{現行計画受取単位} - [\text{EOH 単位}])$
発送高予算	このメトリックでは、計画に基づいて発送用に残されているアイテムの売価高を計算します。	$(\text{現行計画受取売価高} - [\text{EOH 売価高}])$
移動中の単位	このメトリックでは、現在移動中の在庫の単位数量を計算します。	移動中の原価数量
移動中の原価高	このメトリックでは、現在移動中の在庫の原価高を計算します。	移動中の原価高
移動中の売価高	このメトリックでは、現在移動中の在庫の売価高を計算します。	移動中の売価額
競合他社平均価格	このメトリックは競合他社の小売単価を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均価格（ローカル）	このメトリックは競合他社の小売単価額を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$[\text{競合他社平均単位売価額（ローカル）}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
競合他社平均特売価格	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均特売価格 (ローカル)	このメトリックは競合他社の平均特売小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[競合他社平均単位売価額 (ローカル)]
競合他社平均複数単位売 価価格	このメトリックは複数単位売価額を計算します。	競合他社平均複数単位売価額
競合他社平均通常価格	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均通常価格 (ローカル)	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[競合他社平均単位売価額 (ローカル)]
粗利益率	このメトリックでは、週ごとの粗利益額を週ごとの売上高で割ることによって、粗利益率を週ごとに計算します。	(粗利益額 / 売上高)
粗利益率 (前年)	このメトリックでは、前年の粗利益額を前年の売上高で割ることによって、前年の粗利益率を週ごとに計算します。	([粗利益額 (前年)] / [売上高 (前年)])
粗利益率 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年粗利益高を指定日までの年売上高で割ることによって、指定日までの年粗利益率を計算します。	([粗利益額 (年累計)] / [売上高 (年累計)])
粗利益率 (年累計、前年)	このメトリックでは、前年の指定日までの年粗利益高を前年の指定日までの年計画売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	([粗利益額 (年累計、前年)] / [売上高 (年累計、前年)])
粗利益率 (月累計)	このメトリックでは、週ごとの指定日までの期間粗利益高を指定日までの期間売上高で割ることによって、指定日までの期間粗利益率を計算します。	([粗利益額 (月累計)] / [売上高 (月累計)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
粗利益率（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間粗利益高を前年の指定日までの期間売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	$([粗利益額(月累計、前年)] / [売上高(月累計、前年)])$
粗利益率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズン粗利益高を指定日までのシーズン売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	$([粗利益額(計画シーズン累計)] / [売上高(計画シーズン累計)])$
粗利益率（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までのシーズン計画粗利益高を前年の指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	$([粗利益額(計画シーズン累計、前年)] / [売上高(計画シーズン累計、前年)])$
粗利益額	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	利益
粗利益額（前年）	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（前年）]
粗利益額（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（年累計）]
粗利益額（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（年累計、前年）]
粗利益額（月累計）	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（月累計）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
粗利益額（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間の粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（月累計、前年）]
粗利益額（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズン粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づき、週ごとに計算します。	利益
粗利益額（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの計画シーズン粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（計画シーズン累計、前年）]
粗利益額（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（週累計）]
粗利益額のオリジナル計画との差	このメトリックは、今年の粗利益額とオリジナル計画の粗利益額の差を計算します。	(粗利益額 - オリジナル計画粗利益高)
粗利益額のオリジナル計画との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）とオリジナル計画の粗利益額（年累計）の差を計算します。	([粗利益額（年累計）] - [オリジナル計画粗利益高（年累計）])
粗利益額のオリジナル計画との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）とオリジナル計画の粗利益額（月累計）の差を計算します。	([粗利益額（月累計）] - [オリジナル計画粗利益高（月累計）])
粗利益額のオリジナル計画との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）とオリジナル計画の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	([粗利益額（計画シーズン累計）] - [オリジナル計画粗利益高（計画シーズン累計）])
粗利益額の前年との差	このメトリックは、今年の粗利益額と前年の粗利益額の差を週ごとに計算します。	(粗利益額 - [粗利益額（前年）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
粗利益額の前年との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）と前年の粗利益額（年累計）の差を計算します。	$([粗利益額（年累計）] - [粗利益額（年累計、前年）])$
粗利益額の前年との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）と前年の粗利益額（月累計）の差を計算します。	$([粗利益額（月累計）] - [粗利益額（月累計、前年）])$
粗利益額の前年との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）と前年の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	$([粗利益額（計画シーズン累計）] - [粗利益額（計画シーズン累計、前年）])$
粗利益額の現行計画との差	このメトリックは、今年の粗利益額と現行計画の粗利益額の差を計算します。	$(粗利益額 - 現行計画粗利益高)$
粗利益額の現行計画との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）と現行計画の粗利益額（年累計）の差を計算します。	$([粗利益額（年累計）] - [現行計画粗利益高（年累計）])$
粗利益額の現行計画との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）と現行計画の粗利益額（月累計）の差を計算します。	$([粗利益額（月累計）] - [現行計画粗利益高（月累計）])$
粗利益額の現行計画との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）と現行計画の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	$([粗利益額（計画シーズン累計）] - [現行計画粗利益高（計画シーズン累計）])$
純売上高に対するクリアランス値下げ高の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対するクリアランス値下げの純売上への貢献度比率を計算します。	$(クリアランスの値下げ高 / 売上高)$
純売上高に対する特売値下げ高の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対する特売値下げの売上への貢献度比率を計算します。	$(特売値下げ高 / 売上高)$
純売上高に対する通常値下げ額の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対する通常値下げの売上への貢献度比率を計算します。	$(通常値下げ高 / 売上高)$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
純売上高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対する売上高の増加率または減少率を計算します。	$((\text{売上高} - \text{オリジナル計画売上高}) / \text{オリジナル計画売上高})$
純売上高のオリジナル計画比変動率（年累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対する売上高の指定日までの年増加率または減少率を計算します。	$(([\text{売上高（年累計）}] - [\text{オリジナル計画売上高（年累計）}]) / [\text{オリジナル計画売上高（年累計）}])$
純売上高のオリジナル計画比変動率（月累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対する売上高の指定日までの期間増加率または減少率を計算します。	$(([\text{売上高（月累計）}] - [\text{オリジナル計画売上高（月累計）}]) / [\text{オリジナル計画売上高（月累計）}])$
純売上高のオリジナル計画比変動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対する売上高の指定日までのシーズン増加率または減少率を計算します。	$(([\text{売上高（計画シーズン累計）}] - [\text{オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）}]) / [\text{オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）}])$
純売上高の現行計画比変動率	このメトリックでは、現行計画の売上高に対する売上高の増加率または減少率を計算します。	$((\text{売上高} - \text{現行計画売上高}) / \text{現行計画売上高})$
純売上高の現行計画比変動率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の売上高に対する売上高の指定日までの年増加率または減少率を計算します。	$(([\text{売上高（年累計）}] - [\text{現行計画売上高（年累計）}]) / [\text{現行計画売上高（年累計）}])$
純売上高の現行計画比変動率（月累計）	このメトリックでは、現行計画の売上高に対する売上高の指定日までの期間増加率または減少率を計算します。	$(([\text{売上高（月累計）}] - [\text{現行計画売上高（月累計）}]) / [\text{現行計画売上高（月累計）}])$
純売上高の現行計画比変動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、現行計画の売上高に対する売上高の指定日までのシーズン増加率または減少率を週ごとに計算します。	$(([\text{売上高（計画シーズン累計）}] - [\text{現行計画売上高（計画シーズン累計）}]) / [\text{現行計画売上高（計画シーズン累計）}])$
純総仕入れ原価	このメトリックでは、取引先純総仕入れ原価を計算します。これは最優先通貨で格納されます。	純総仕入れ原価額
純総仕入れ原価（ローカル）	このメトリックでは、取引先純総仕入れ原価を計算します。これは現地通貨で格納されます。	[純総仕入れ原価額（ローカル）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
純総仕入れ原価（前年）	このメトリックでは、前年に関して、ロケーションにおけるアイテムの取引先純総仕入れ原価を計算します。	純総仕入れ原価額
純総仕入れ原価（前月）	このメトリックでは、前期の取引先純総仕入れ原価を計算します。これは最優先通貨で格納されます。	純総仕入れ原価額
純総仕入れ原価の前年比変更率	このメトリックでは、取引先純総仕入れ原価について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{純総仕入れ原価} - [\text{純総仕入れ原価 (前年)}]) / [\text{純総仕入れ原価 (前年)}])$
純総仕入れ原価の前月比変更率	このメトリックでは、取引先純総仕入れ原価について今期と前期の間の変動を計算します。	$((\text{純総仕入れ原価} - [\text{純総仕入れ原価 (前月)}]) / [\text{純総仕入れ原価 (前月)}])$
純総仕入れ原価の比較（前月）	このメトリックは、取引先の純総仕入れ原価の今期と前期の差を計算します。	$((\text{純総仕入れ原価} - [\text{純総仕入れ原価 (前月)}]) / [\text{純総仕入れ原価 (前月)}])$
純総仕入れ原価を基にした利益	このメトリックでは、取引先純総利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上と取引先純総仕入れ原価に基づいて計算します。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（MF）	一定期間の純総仕入れ原価が基の取引先利益を通常、特売、クリアランス売上と取引先純総仕入れ原価を基に最優先通貨で計算します。メトリックとフィルタ（MF）のみ考慮します。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（カテゴリ）	カテゴリレベルの純総仕入れ原価を基にした取引先総利益を、通常、特売、クリアランスの売上データと取引先純総仕入れ原価に基づき、カテゴリ別に計算します。最優先通貨で格納されます。	純総利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
純総仕入れ原価を基にした利益（カテゴリ、取引先）	このメトリックでは、カテゴリレベルの取引先純総利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上と取引先基準原価に基づいて計算します。これは最優先通貨で格納されます。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、グループレベルの純総仕入れ原価を基にした利益を、最優先通貨で計算します。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益（前年）	このメトリックでは、前年に関して、純総仕入れ原価を基にした利益を、最優先通貨で計算します。	純総利益額
純総仕入れ原価を基にした利益に対する貢献度比率（MF）	このメトリックでは、選択した期間内の純総仕入れ原価を基にした総利益に対する、純総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{純総仕入れ原価を基にした利益} / [\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (MF)}])$
純総仕入れ原価を基にした利益率	このメトリックでは、総売上に對する純総利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{純総仕入れ原価を基にした利益} / \text{売上高})$
純総仕入れ原価を基にした利益率（前年）	このメトリックでは、前年の売上高に対する貢献度比率に基づいて、前年の純総仕入れ原価の利益を計算します。	$([\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (前年)}] / [\text{売上高 (前年)}])$
純総仕入原価を基にした利益に対する貢献度比率（カテゴリ、取引先）	このメトリックでは、カテゴリレベルでの純総利益の合計に対する純総利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{純総仕入れ原価を基にした利益} / [\text{純総仕入れ原価を基にした利益 (カテゴリ、取引先)}])$
総仕入れ原価	指定された日にロケーションにあるアイテムの取引先総仕入れ原価を計算します。基準原価から、小売業者による全ディールを差し引いた金額（総仕入れ原価）です。	総仕入れ原価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総仕入れ原価（グループ）	1つのグループ合計に関して指定された日にロケーションにあるアイテムの取引先総仕入れ原価を計算します。基準原価から小売業者の全ディールを引いた額（総仕入れ原価）です。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、グループレベルの取引先総仕入れ原価を計算します。基準原価から、小売業者による全ディールを差し引いた金額（総仕入れ原価）です。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価（ローカル）	このメトリックでは、取引先総仕入れ原価を計算します。これは現地通貨で格納されます。	[総仕入れ原価額（ローカル）]
総仕入れ原価（前年）	このメトリックでは、前年に関して、アイテムの取引先総仕入れ原価を計算します。基準原価から、小売業者による全ディールを差し引いた金額（総仕入れ原価）です。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価（前月）	このメトリックでは、前期の取引先総仕入れ原価を計算します。これは最優先通貨で格納されます。	総仕入れ原価額
総仕入れ原価の前月比変更率	このメトリックでは、取引先総仕入れ原価について今期と前期の間の変動を計算します。	$((\text{総仕入れ原価} - [\text{総仕入れ原価（前月）}]) / [\text{総仕入れ原価（前月）}])$
総仕入れ原価の比較（前月）	このメトリックは、取引先の総仕入れ原価の今期と前期の差を計算します。	$(\text{総仕入れ原価} - [\text{総仕入れ原価（前月）}])$
総仕入れ原価を基にした利益	このメトリックでは、取引先純利益を、通常、特売、およびクリアランスの売上と取引先総仕入れ原価に基づいて計算します。これは最優先通貨で格納されます。	純利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総仕入れ原価を基にした利益 (MF)	選択期間の総仕入れ原価が基の取引先利益を通常、特売、クリアランス売上と取引先総仕入れ原価を基に、最優先通貨で計算します。メトリックとフィルタ(MF)のみ考慮します。	純利益額
総仕入れ原価を基にした利益 (カテゴリ)	カテゴリレベルの総仕入れ原価を基にした取引先総利益を、通常、特売、クリアランスの売上データと取引先総仕入れ原価に基づいて、カテゴリ別に計算します。最優先通貨で格納されます。	純利益額
総仕入れ原価を基にした利益 (カテゴリ、取引先)	カテゴリレベルの総仕入れ原価を基にした取引先総利益を通常、特売、クリアランスの売上データと取引先総仕入れ原価に基づきカテゴリ/全取引先別に計算します。最優先通貨で格納されます。	純利益額
総仕入れ原価を基にした利益に対する貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内の総仕入れ原価を基にした総利益に対する、総仕入れ原価を基にした利益の貢献度比率を、メトリックとフィルタだけを考慮して計算します。	$(\text{総仕入れ原価を基にした利益} / [\text{総仕入れ原価を基にした利益 (MF)}])$
総仕入れ原価を基にした利益に対する貢献度比率 (カテゴリ、取引先)	このメトリックでは、カテゴリレベルでの純利益の合計に対する純利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{総仕入れ原価を基にした利益} / [\text{総仕入れ原価を基にした利益 (カテゴリ、取引先)}])$
総仕入れ原価を基にした利益率	このメトリックでは、総売上に對する純利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{総仕入れ原価を基にした利益} / \text{売上高})$
総売上単位	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量には返品が含まれていません。	総売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、合計売上単位数を計算します。数量には返品が含まれていません。	総売上数量
総売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をエリアレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（カテゴリ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をカテゴリレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（カテゴリ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をカテゴリレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をカンパニーレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をカンパニーレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をグループレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総売上高（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をグループレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（サブカテゴリ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をサブカテゴリレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（サブカテゴリ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をサブカテゴリレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をチェーンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（ディヴィジョン、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総売上高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンに関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの計画シーズンに関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
製造業者平均インボイス仕入れ値額	このメトリックは、レポート用に選択した取引先、アイテム、ロケーション、日付の製造業者インボイス仕入れ値額の平均を計算します。	製造業者平均インボイス仕入れ値額
複数を対象とする単位売上	このメトリックでは、複数を対象とする単位数を計算します。	複数を対象とする単位売上

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
見積 EOP 在庫額 (BOH)	このメトリックでは、実績 BOP 在庫額を使用して見積終了時在庫額を計算します。	$(([\text{BOH 売価高}] + \text{現行計画受入合計}) - (\text{現行計画合計在庫値下げ} + \text{現行計画粗利益高}))$
見積 EOP 在庫額 (現行計画 BOP)	このメトリックでは、現行計画 BOP 在庫額を使用して現行計画終了時在庫額を計算します。	$((([\text{現行計画 BOP 売価高}] + \text{現行計画受入合計}) - \text{現行計画合計在庫値下げ}) - \text{現行計画粗利益高})$
貢献度のポイント変更	このメトリックでは、前年度のカテゴリ売上に対するカテゴリ売上の貢献度の変更値を週別に計算します。	$(([\text{売上高} / [\text{売上高 (カテゴリ)}]) - ([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (カテゴリ、前年)}]))$
販売アイテム数	このメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を数えます。	販売アイテム数
販売アイテム数 (カテゴリ) (MO)	このメトリックでは、フィルタやテンプレートに関係なく、特定のカテゴリ内で販売されたすべてのアイテム数を計算します。	販売アイテム数
販売アイテム数 (市場カテゴリ)	このメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を、市場カテゴリレベルで計算します。	販売アイテム数
販売アイテム数 (時間暦) (MO)	このシステムメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を計算します。	販売アイテム数
販売日数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい店舗 (ロケーション) の数を数えます。	販売日数
返品利益額	このメトリックでは返品による利益減を計算します。	返品利益額
返品単位	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位	このメトリックでは、任意の理由で取引先に返品したアイテムの合計数量を単位で計算します。	返品単位
返品単位 (シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズンに関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（前週）	このメトリックでは、前週に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（日）	このメトリックでは、1 日に顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（月累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの数量を計算します。	返品数量
返品単位（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位の比率	このメトリックでは、販売された単位の総数に基づいて、返品された売上単位の比率を計算します。	(返品単位 / 売上単位)
返品原価高	このメトリックでは、任意の理由でベンダーに返品したアイテムの合計原価高を計算します。	返品原価額
返品取引数	このメトリックでは、返品が発生した取引の数を数えます。	返品取引数
返品売価高	このメトリックでは、任意の理由でベンダーに返品したアイテムの合計売価高を計算します。	返品売価額
返品額の比率	このメトリックでは、販売された単位の総額に基づいて、返品された単位の金額の比率を計算します。	(返品高 / 売上高)

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をエリアレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カテゴリ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカテゴリレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カテゴリ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカテゴリレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカンパニーレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカンパニーレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をグループレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をグループレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（サブカテゴリ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をサブカテゴリレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（サブカテゴリ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をサブカテゴリレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（シーズン累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をチェーンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ディヴィジョン、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（ロケーション、時間暦（MO））	このシステムメトリックでは、選択した期間に返品されたアイテムの金額を取引売上に基づいて、ロケーション別に計算します。	返品額
返品高（ローカル）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[返品額（ローカル）]
返品高（前年）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（前週）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（年累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（日）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（月累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（週累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
通常価格の変動（競合他社の通常価格と比較）	このメトリックは、小売業者の平均通常小売価格と競合他社の通常小売価格の価格分散を計算します。	$((\text{通常売上高} / \text{通常売上単位}) - \text{競合他社平均通常価格})$
通常価格の変動率（競合他社の通常価格と比較）	このメトリックでは、小売業者の平均通常売価高とその競合他社の通常価格の間の変動率を計算します。	$((\text{通常売上高} / \text{通常売上単位}) - \text{競合他社平均通常価格}) / \text{競合他社平均通常価格}$
通常値下げ額の現行計画比変動率	このメトリックでは、通常値下げの売上の計画に対する変動率を計算します。	$((\text{通常値下げ高} - \text{現行計画通常値下げ高}) / \text{現行計画通常値下げ高})$
通常値下げ高	このメトリックでは通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日中の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
通常値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高 VAT	このメトリックでは、通常値下げの VAT 額を計算します。	[値下げ VAT 額]
通常値下げ高 VAT	このメトリックでは通常値下げ売上を計算します。	[値下げ VAT 額]
通常値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、通常値下げの売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{通常値下げ高} - [\text{通常値下げ高 (前年)}]) / [\text{通常値下げ高 (前年)}])$
通常利益高	このメトリックでは通常売上で得た利益を計算します。	利益額
通常売上単位	このメトリックでは、売上通常価格アイテムの合計単位数量を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
通常売上高	このメトリックでは通常売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
通常売上高（ローカル）	このメトリックでは、通常売上高を店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
通常売上高（前年）	このメトリックでは通常売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
週に対する売上単位の貢献度比率（MF）	このメトリックでは、選択した期間内の取引単位総売上に対する単位売上の貢献度比率（MF）を計算します。	$(\text{売上単位} / [\text{売上単位 (ロケーション) (MF)}])$
週に対する売上単位の貢献度比率（前年）（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前年中に処理された全取引の売上高の合計に対する前年の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([\text{売上単位 (前年)}] / [\text{売上単位 (ロケーション、前年) (MF)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
週に対する売上単位の貢献度比率（前週）(MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前週中に処理された全取引の売上高の合計に対する前週の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([売上単位（前週）] / [売上単位（ロケーション、前週）(MF)])$
週に対する売上高の貢献度比率（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$(売上高 / [売上高（ロケーション）(MF)])$
週に対する売上高の貢献度比率（前年）(MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前年中に処理された全取引の売上高の合計に対する前年の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([売上高（前年）] / [売上高（ロケーション、前年）(MF)])$
週に対する売上高の貢献度比率（前週）(MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前週中に処理された全取引の売上高の合計に対する前週の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([売上高（前週）] / [売上高（ロケーション、前週）(MF)])$
週数	このメトリックでは週の数数を数えます。	週数
週数（前期）	このメトリックでは前期の週の数数を数えます。	週数
週数（後期）	このメトリックでは後期の週の数数を数えます。	週数
週数（期間）	このメトリックでは期間内の週の数数を数えます。	週数
週次平均 COGS（前期）	このメトリックは、前期の週次平均売上原価額を計算します。	$(([売上高（前期）] - [利益（前期）]) / [週数（前期）])$
週次平均 COGS（後期）	このメトリックは、後期の週次平均売上原価額を計算します。	$(([売上高（後期）] - [利益（後期）]) / [週数（後期）])$
週次平均 COGS（期間）	このメトリックは、ある期間の週次平均売上原価額を計算します。	$(([売上高（期間）] - [利益（期間）]) / [週数（期間）])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
週次平均利益（前期）	このメトリックは返品による利益減も含めて、前期の週次平均利益を計算します。	$[(\text{利益（前期）}) / [\text{週数（前期）}]]$
週次平均利益（後期）	このメトリックは返品による利益減も含めて、後期の週次平均利益を計算します。	$[(\text{利益（後期）}) / [\text{週数（後期）}]]$
週次平均利益（期間）	このメトリックは返品による利益減も含めて、ある期間の週次平均利益を計算します。	$[(\text{利益（期間）}) / [\text{週数（期間）}]]$
週次平均売上高（前期）	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基づいて、前期の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$[(\text{売上高（前期）}) / [\text{週数（前期）}]]$
週次平均売上高（後期）	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基づいて、後期の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$[(\text{売上高（後期）}) / [\text{週数（後期）}]]$
週次平均売上高（期間）	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基づいて、ある期間の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$[(\text{売上高（期間）}) / [\text{週数（期間）}]]$
遅延配送数	このメトリックでは、遅延した配送の総数を計算します。	遅延配送数
遅延配送数（前年）	このメトリックでは、遅延した前年の配送の総数を計算します。	遅延配送数
配送数	このメトリックでは、取引先によるターゲットどおりの配送、ターゲット超過の配送、ターゲット不足の配送、および不適切な配送の総数を計算します。	$((\text{ターゲットどおりの配送数} + \text{ターゲット超過の配送数}) + \text{ターゲット不足の配送数}) + \text{不適切な配送の数})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
配送数（前年）	このメトリックでは、前年に関して、取引先によるターゲットどおりの配送、ターゲット超過の配送、ターゲット不足の配送、および不適切な配送の総数を計算します。	$(([\text{ターゲットどおりの配送数（前年）}] + [\text{ターゲット超過の配送数（前年）}] + [\text{ターゲット不足の配送数（前年）}] + [\text{不適切な配送の数（前年）}])$
配送精度評価	このメトリックは、取引先の配送精度評価を、ターゲットどおりであった配送数、つまり予定された数量を受け取った配送数のパーセンテージに基づいて計算します。	$(\text{ターゲットどおりの配送数} / \text{配送数})$
配送精度評価（前年）	このメトリックは、前年の取引先の配送精度評価を、ターゲットどおりであった配送数、つまり予定された数量を受け取った配送数のパーセンテージに基づいて計算します。	$([\text{ターゲットどおりの配送数（前年）}] / [\text{配送数（前年）}])$
配送精度評価の変動	このメトリックは、取引先の配送精度評価における前年からの変動を計算します。	$((\text{配送精度評価} - [\text{配送精度評価（前年）}]) / [\text{配送精度評価（前年）}])$
配送遅延率	このメトリックでは、遅れて届いた配送の比率を計算します。	$(\text{遅延配送数} / ((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}))$
閉店日	このシステムメトリックでは、閉店日の属性から別の日付を差し引くことができます。	閉店日
閉店日 - 期間終了日	このシステムメトリックでは、店舗の閉店日と期間の終了日の日数の差を計算します。	<code>ApplySimple("Case When #0 is Null Then ((#1-#2)+1) Else (#0-#2) End", 閉店日, 期間終了日, 期間終了日)</code>
開店日	このシステムメトリックでは、開店日の属性から別の日付を差し引くことができます。	開店日
陳列の日数	このメトリックではアイテムが陳列されている日数を数えます。	陳列の日数
食料品 CRMA に対する RMA 単位シェア率	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上数量に対する市場エリアの RMA 売上数量のシェア率を計算します。	$([\text{市場売上単位（RMA）}] / [\text{市場売上単位（食料品 CRMA）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
食料品 CRMA に対する RMA 単位シェア率(前年)	このメトリックでは、前年に関して、食料品 CRMA 売上数量に対する市場エリアの RMA 売上数量のシェア率を計算します。	$([市場売上単位 (RMA、(前年))] / [市場売上単位 (食料品 CRMA、(前年))])$
食料品 CRMA に対する RMA 高シェア率	このメトリックでは、食料品 CRMA 売上額に対する市場エリアの RMA 売上額のシェア率を計算します。	$([市場売上高 (RMA)] / [市場売上高 (食料品 CRMA)])$
食料品 CRMA に対する RMA 高シェア率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、食料品 CRMA 売上額に対する市場エリアの RMA 売上額のシェア率を計算します。	$([市場売上高 (RMA、(前年))] / [市場売上高 (食料品 CRMA、(前年))])$
1 次距離	このメトリックでは、割り当てられた面積を計算します。	一次数量
1 次距離 (前年)	このメトリックでは、前年に割り当てられた面積を計算します。	一次数量
1 次距離の合計	このメトリックは、選択された期間に割り当てられた合計一次距離を計算します。	一次数量
1 次距離の合計 (前年)	このメトリックは、前年の選択期間に割り当てられた合計一次距離を計算します。	一次数量

付録 G - 店舗運業ワークベンチメトリックリスト

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
1 次距離の率	このメトリックでは、割り当てられた 1 次距離の合計に対する 1 次距離の貢献度比率を計算します。	$([1 \text{ 次距離}] / [1 \text{ 次距離の合計}])$
1 次距離の率 (前年)	このメトリックでは、前年に割り当てられた 1 次距離の合計に対する 1 次距離の貢献度比率を計算します。	$([1 \text{ 次距離 (前年)}] / [1 \text{ 次距離の合計 (前年)}])$
BOH 供給の週数	このメトリックは週単位の売上高に対する当初在庫額の比率を計算します。	$([BOH \text{ 売価高}] / (\text{売上高} / \text{売上の週数}))$
BOH 供給の週数 (前年)	このメトリックは前年の週単位の売上高に対する当初在庫額の比率を計算します。	$([BOH \text{ 売価高 (前年)}] / ([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上の週数 (前年)}]))$
BOH 単位	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
BOH 原価高	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
BOH 原価高 (前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
BOH 売価高	このメトリックは選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (カンパニー)	このメトリックは、カンパニーレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (カンパニー、前年)	このメトリックはカンパニーレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (クラス)	このメトリックは、クラスレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (クラス、前年)	このメトリックは、前年のクラスレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
BOH 売価高 (グループ)	このメトリックは、グループレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (グループ、前年)	このメトリックはグループレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックは、ディヴィジョンレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)	このメトリックはディヴィジョンレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (デパートメント)	このメトリックは、デパートメントレベルの通常、クリアランス、特売の手持ち在庫売価額に基づいて、選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (デパートメント、前年)	このメトリックはデパートメントレベルで前年の選択した期間開始時の手持ち在庫原価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (年累計)	このメトリックは選択した期間開始時の年累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (年累計、前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の年累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (月累計)	このメトリックは選択した期間開始時の期間累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (月累計、前年)	このメトリックは前年の選択した期間開始時の期間累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックは選択した期間開始時の計画シーズン累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
BOH 売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックは前年の選択した期間開始時の計画シーズン累計手持ち在庫売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
BOH 売価高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高のオリジナル計画に対する変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高}] - [\text{オリジナル計画 BOP 売価高}])}{[\text{オリジナル計画 BOP 売価高}]}$
BOH 売価高の前年比変更率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高}] - [BOH \text{ 売価高 (前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (前年)}]}$
BOH 売価高の前年比変更率（年累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までの年計画変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (年累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (年累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (年累計、前年)}]}$
BOH 売価高の前年比変更率（月累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (月累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (月累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (月累計、前年)}]}$
BOH 売価高の前年比変更率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}] - [BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計、前年)}])}{[BOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計、前年)}]}$
BOH 売価高の現行計画比変動率	このメトリックでは、開始時手持ち在庫高の計画に対する変動率を計算します。	$\frac{([BOH \text{ 売価高}] - [\text{現行計画 BOP 売価高}])}{[\text{現行計画 BOP 売価高}]}$
EOH クリアランス売価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫のクリアランス売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 単位	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（前日）	このメトリックでは、前日に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（前週）	このメトリックでは、前週末手持ち在庫を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 単位（合計）	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 単位 (時間、組織)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の単位数量を計算します。	手持ち在庫数量
EOH 原価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
EOH 原価高 (合計)	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
EOH 原価高 (合計) (前年)	このメトリックでは、前年の選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計原価高を計算します。	手持ち在庫原価額
EOH 売価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (カンパニー)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、カンパニーレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (カンパニー、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、カンパニーレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (グループ)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、グループレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (グループ、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、グループレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、ディヴィジョンレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、ディヴィジョンレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (デパートメント)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、通常、クリアランス、および特売の手持ち在庫売価額に基づいて、デパートメントレベルで計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高 (デパートメント、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の売価高を、デパートメントレベルで計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前日)	このメトリックでは、前日に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前週)	このメトリックでは、前週に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (前週) (前年)	このメトリックでは、前週と前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (合計)	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (合計) (前年)	このメトリックでは、前年の選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの年売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (年累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの年売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (月累計)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの期間の売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (月累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の開始時手持ち在庫の、指定日までの期間売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	手持ち在庫売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、選択した期間の終了時手持ち在庫の、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 売価高に対するクリアランスの貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価総額に対するクリアランス手持ち在庫の売価額の貢献度を計算します。	$([\text{EOH クリアランス売価高}] / [\text{EOH 売価高}])$
EOH 売価高に対する特売の貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価高の合計に対する特売手持ち在庫の売価高の貢献度を計算します。	$([\text{EOH 特売価格}] / [\text{EOH 売価高}])$
EOH 売価高に対する通常の貢献度比率	このメトリックでは、手持ち在庫の売価高の合計に対する通常手持ち在庫の売価高の貢献度を計算します。	$([\text{EOH 通常売価高}] / [\text{EOH 売価高}])$
EOH 売価高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高のオリジナル計画に対する変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高}] - [\text{オリジナル計画 EOP 売価高}]) / [\text{オリジナル計画 EOP 売価高}])$
EOH 売価高の前年比変更率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高}] - [\text{EOH 売価高 (前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (前年)}])$
EOH 売価高の前年比変更率（年累計）	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年に対する指定日までの年計画変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高 (年累計)}] - [\text{EOH 売価高 (年累計、前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (年累計、前年)}])$
EOH 売価高の前年比変更率（月累計）	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高 (月累計)}] - [\text{EOH 売価高 (月累計、前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (月累計、前年)}])$
EOH 売価高の前年比変更率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{EOH 売価高 (計画シーズン累計、前年)}]) / [\text{EOH 売価高 (計画シーズン累計、前年)}])$
EOH 売価高の現行計画比変動率	このメトリックでは、終了時手持ち在庫高の現行計画に対する変動率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高}] - [\text{現行計画 EOP 売価高}]) / [\text{現行計画 EOP 売価高}])$
EOH 売価高の現行計画比変動率（年累計）	このメトリックでは、終了時在庫高の現行計画に対する計画指定日までの年増加率または減少率を計算します。	$(([\text{EOH 売価高 (年累計)}] - [\text{現行計画 EOP 売価高 (年累計)}]) / [\text{現行計画 EOP 売価高 (年累計)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
EOH 売価高の現行計画比 変動率（月累計）	このメトリックでは、終了時在庫高の現行計画に対する指定日までの期間増加率または減少率を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (月累計)}] - [現行計画 EOP \text{ 売価高 (月累計)}])}{[現行計画 EOP \text{ 売価高 (月累計)}]}$
EOH 売価高の現行計画比 変動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、終了時在庫高の現行計画に対する指定日までのシーズン計画増加率または減少率を計算します。	$\frac{([EOH \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}] - [現行計画 EOP \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}])}{[現行計画 EOP \text{ 売価高 (計画シーズン累計)}]}$
EOH 特売価格	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の特売価格を計算します。	手持ち在庫売価額
EOH 通常売価高	このメトリックでは、選択した期間の終了時手持ち在庫の通常売価高を計算します。	手持ち在庫売価額
GMROI	このメトリックでは、粗利益額を平均在庫仕入高で割った値に基づいて、粗利益投資収益を計算します。	$\text{粗利益額} / \text{平均在庫仕入れ高}$
GMROI (前年)	このメトリックでは、前年の粗利益額を平均在庫仕入高で割った値に基づいて、前年の粗利益投資収益を計算します。	$([粗利益額 (前年)] / [平均在庫仕入れ高 (前年)])$
LP 取引売上高	このメトリックでは、ロス防止取引高を計算します。	[LP 取引売上高]
LP 取引売上高（キャッシュ）	このメトリックでは、ロス防止取引高をキャッシュレベルで計算します。	[LP 取引売上高]
LP 取引数	このメトリックでは、処理したロス防止取引の総数を計算します。	ロス防止カウント
LP 取引数（すべてのキャッシュ）	このメトリックでは、処理したロス防止取引の総数を計算します。	ロス防止カウント
LP 取引数（すべてのキャッシュの合計）	このメトリックでは、すべてのキャッシュが処理したロス防止取引の総数を、一定期間にわたって計算します。	[LP 取引数]
LP 取引数（すべての理由タイプ）	このメトリックでは、すべてのキャッシュが任意の理由で処理したロス防止取引の総数を計算します。	ロス防止カウント
SOH 単位（日）	このメトリックでは、選択した期間中のすべての手持ち在庫の合計売価高を計算します。	手持ち在庫数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
SOH 調整単位	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫の調整数を計算します。	[SOH 調整単位]
SOH 調整原価高	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫調整の原価高を計算します。	[SOH 調整原価額]
SOH 調整売価高	このメトリックでは、単位のための在庫カウントの後で行った手持ち在庫調整の売価高を計算します。	[SOH 調整売価額]
すべてのキャッシュに対する LP 取引数の貢献度比率	このメトリックでは、組織レベルにおける選択した期間内の全キャッシュの売上高に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (すべての キャッシュ)])
アイテム数	このメトリックではアイテム数を数えます。	アイテム数
アイテム数 (デパートメント)	このメトリックではデパートメントのアイテム数を数えます。	アイテム数
エリアに対する利益の貢献度 比率	このメトリックでは、エリアの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (エリア)])
エリアに対する売上高の貢献 度比率	このメトリックでは、エリアの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (エリア)])
オリジナル計画 BOP 供給の 週数	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対するオリジナル計画の当初在庫高の比率を、週ベースで計算します。	([オリジナル計画 BOP 売価高] / (オリジナル計画売上高 / オリ ジナル計画売上の週数))
オリジナル計画 BOP 在庫仕 入原価高	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、仕入原価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 在庫仕入 原価額]
オリジナル計画 BOP 売価高	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (カンパニー)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、カンパニーレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (グループ)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、グループレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画 BOP 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、ディヴィジョンレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (デパートメント)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、デパートメントレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (前年)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、前年度の売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの年間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (月累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの期間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 BOP 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、選択期間開始時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 原価高 (合計)	このメトリックでは、選択期間を通して、オリジナル計画の手持ち在庫の販売原価を計算します。	[オリジナル計画 EOP 原価額]
オリジナル計画 EOP 売価高	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (カンパニー)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (グループ)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (ディヴィジョン)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (デパートメント)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、デパートメントレベルで売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画 EOP 売価高 (前年)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、売価高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (合計)	このメトリックでは、選択期間を通したオリジナル計画の手持ち在庫について、販売高を計算します。	[オリジナル計画 EOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (年累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの年間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (月累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの期間売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、選択期間終了時のオリジナル計画の手持ち在庫について、指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	[オリジナル計画 BOP 売価額]
オリジナル計画 EOP 売価高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の終了時在庫高に対するオリジナル計画の終了時在庫高の増加率または減少率を計算します。	$\frac{([オリジナル計画 EOP 売価高] - [EOH 売価高 (前年)])}{[EOH 売価高 (前年)]}$
オリジナル計画 GMROI	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益高をオリジナル計画の平均在庫仕入額で割ることにより、オリジナル計画の在庫投資見返り粗利益を計算します。	(オリジナル計画粗利益高 / オリジナル計画平均在庫仕入原価高)
オリジナル計画クリアランス値下げ高	このメトリックでは、オリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値下げ高 (前年)	このメトリックでは、前年度のオリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値下げ高 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年間に 関するオリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値下げ高 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に 関するオリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額
オリジナル計画クリアランス値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンに 関するオリジナル計画のクリアランス値下げ高を計算します。	オリジナル計画クリアランス値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画コミットメント	このメトリックでは、未承認のものを除く、オリジナル計画の発注済みアイテムの金額を計算します。	オリジナル計画コミットメント売価額
オリジナル計画ベンダーへの返品単位	このメトリックでは、任意のシーズンに関して、ベンダーへの返品が計画されていたアイテムのオリジナル計画の合計数量を計算します。	オリジナル計画ベンダーへの返品数量
オリジナル計画ベンダーへの返品売価高	このメトリックでは、任意のシーズンに関して、ベンダーへの返品が計画されていたアイテムのオリジナル計画の合計売価額を計算します。	オリジナル計画ベンダーへの返品売価額
オリジナル計画ロス売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の不足高（ロス高）を計算します。	オリジナル計画ロス売価額
オリジナル計画値下げ率	このメトリックでは、オリジナル計画の値下げ高をオリジナル計画の売上高で割ることによって、オリジナル計画の値下げ率を計算します。	$(\text{オリジナル計画値下げ高} / \text{オリジナル計画売上高})$
オリジナル計画値下げ率（年累計）	オリジナル計画の指定日までの年値下げ高をオリジナル計画の指定日までの年売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの年総値下げ率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高（年累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（年累計）}])$
オリジナル計画値下げ率（月累計）	オリジナル計画の指定日までの期間値下げ売上をオリジナル計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの期間値下げ率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高（月累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（月累計）}])$
オリジナル計画値下げ率（計画シーズン累計）	オリジナル計画の指定日までのシーズン計画値下げ売上高合計を指定日までのシーズン計画売上高で割ることで、オリジナル計画の指定日までのシーズン計画総値下げ率を計算します。	$([\text{オリジナル計画値下げ高（計画シーズン累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）}])$
オリジナル計画値下げ高	このメトリックでは、クリアランス、特売および通常値下げを含むオリジナル計画の値下げ高を計算します。	$(\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高} + \text{オリジナル計画特売値下げ高}) + \text{オリジナル計画通常値下げ高}$
オリジナル計画値下げ高（前年）	このメトリックでは、クリアランス、特売、および通常値下げを含む、前年度のオリジナル計画の値下げ高を計算します。	$([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高（前年）}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高（前年）}] + [\text{オリジナル計画通常値下げ高（前年）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画値下げ高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に 関するクリアランス、特売、および通常値下げ を含む、オリジナル計画の値下げ高を計算し ます。	$(([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高（年累計）}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高（年累計）}] +[\text{オリジナル計画通常値下げ高（年累計）}])$
オリジナル計画値下げ高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に 関するクリアランス、特売、および通常値下げ を含む、オリジナル計画の値下げ高を計算し ます。	$(([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高（月累計）}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高（月累計）}] +[\text{オリジナル計画通常値下げ高（月累計）}])$
オリジナル計画値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズ ンに関するクリアランス、特売、および通常値 下げを含む、オリジナル計画の値下げ高を計 算します。	$(([\text{オリジナル計画クリアランス値下げ高（計画シーズン累計）}] + [\text{オリジナル計画特売値下げ高（計画シーズン累計）}] + [\text{オリジナル計画通常値下げ高（計画シーズン累計）}])$
オリジナル計画値下げ高の前 年比変動率	このメトリックでは、前年の実際の値下げに 対する今年のオリジナル計画の値下げの増 加率または減少率を計算します。	$((\text{オリジナル計画値下げ高} - [\text{オリジナル計画値下げ高（前年）}] /[\text{オリジナル計画値下げ高（前年）}])$
オリジナル計画入荷売価高	このメトリックでは、実際に入荷したアイテムの オリジナル計画の売価高を計算します。	オリジナル計画入荷売価額
オリジナル計画受取仕入原 価高	このメトリックでは、入荷予定アイテムのオリジ ナル計画の仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原 価高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年間に 関する、オリジナル計画の入荷予定アイテム の仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原 価高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に 関する、オリジナル計画の入荷予定アイテム の仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取仕入原 価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズンに 関する、オリジナル計画の入荷予定アイテム の仕入原価高を計算します。	オリジナル計画受取仕入原価額
オリジナル計画受取単位	このメトリックでは、オリジナル計画の受取見 込み単位数を計算します。	オリジナル計画受取数量
オリジナル計画受取売価高	このメトリックでは、入荷予定アイテムのオリジ ナル計画の売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画受取売価高 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年間に 関する、オリジナル計画の入荷予定アイテム の売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画受取売価高 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に 関する、オリジナル計画の入荷予定アイテム の売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画受取売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズンに 関する、オリジナル計画の入荷予定アイテム の売価高を計算します。	オリジナル計画受取売価額
オリジナル計画在庫の週数	このメトリックでは、オリジナル計画にしたがっ て計画在庫がゼロより大きい週の数数を数え ます。	オリジナル計画在庫の週数
オリジナル計画在庫回転数	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高 をオリジナル計画の平均在庫高で割ること により、オリジナル計画の在庫回転数を計算し ます。	$(\text{オリジナル計画売上高} / \text{オリジナル計画平均在庫売価高})$
オリジナル計画売上の週数	このメトリックでは、オリジナル計画の通常売 上高がゼロより大きい週の数数を数えます。	オリジナル計画売上の週数
オリジナル計画売上単位	このメトリックでは、通常、クリアランス、および 特売の単位売上に基いて、オリジナル計 画の売上単位の合計数を計算します。数量 は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上単位 (年 累計)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および 特売の単位売上に基いて、指定日までの 年間に関するオリジナル計画の売上単位を 週別に計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上単位 (月 累計)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および 特売の単位売上に基いて、指定日までの 期間に関するオリジナル計画の売上単位を 週別に計算します。数量は純返品量です。	オリジナル計画売上数量
オリジナル計画売上単位 (計 画シーズン累計)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および 特売の単位売上に基いて、指定日までの シーズンに関するオリジナル計画の売上単位 を週別に計算します。数量は純返品量 です。	オリジナル計画売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のカンパニー売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のクラス売上高の合計を計算します。これは純返品量です。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のグループ売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のディヴィジョン売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画のデパートメント売上高の合計を計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（年累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの年間に関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（月累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの期間に関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額
オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上額に基づいて、オリジナル計画の指定日までのシーズンに関する売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	オリジナル計画売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画売上高に対する純売上高の貢献度比率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上に対する実際の売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / \text{オリジナル計画売上高})$
オリジナル計画売上高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の純売上に対するオリジナル計画の売上の増加率または減少率を週ごとに計算します。	$((\text{オリジナル計画売上高} - [\text{売上高 (前年)}]) / [\text{売上高 (前年)}])$
オリジナル計画平均在庫仕入原価高	このメトリックでは、オリジナル計画の在庫仕入原価高の平均を計算します。	$(([\text{オリジナル計画 BOP 在庫仕入原価高}] + [\text{オリジナル計画 EOP 原価高 (合計)}]) / (\text{オリジナル計画在庫の週数} + 1))$
オリジナル計画平均在庫売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の在庫高の平均を計算します。	$(([\text{オリジナル計画 BOP 売価高}] + [\text{オリジナル計画 EOP 売価高 (合計)}]) / (\text{オリジナル計画在庫の週数} + 1))$
オリジナル計画引当済在庫	このメトリックでは、オリジナル計画の期間当初の手持ち在庫をオリジナル計画の売上高で割ることにより、オリジナル計画の引当済在庫率を計算します。	$([\text{オリジナル計画 BOP 売価高}] / \text{オリジナル計画売上高})$
オリジナル計画特売値下げ高	このメトリックでは、オリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高 (前年)	このメトリックでは、前年度のオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年間に 関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に 関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画特売値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に 関するオリジナル計画の特売値下げ高を計算します。	オリジナル計画特売値下げ額
オリジナル計画発注中キャンセル	このメトリックでは、オリジナル計画の発注キャンセル高を計算します。	オリジナル計画発注中キャンセル 売価額
オリジナル計画発注中売価高	このメトリックでは、オリジナル計画の発注高を計算します。	オリジナル計画発注売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画粗利益率	このメトリックでは、現行計画の粗利益高をオリジナル計画の売上高で割ることによって、現行計画の粗利益率を計算します。	$(\text{オリジナル計画粗利益高} / \text{オリジナル計画売上高})$
オリジナル計画粗利益率（年累計）	オリジナル計画の指定日までの年粗利益高をオリジナル計画の指定日までの年売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの年計画粗利益率を計算します。	$([\text{オリジナル計画粗利益高（年累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（年累計）}])$
オリジナル計画粗利益率（月累計）	オリジナル計画の指定日までの期間粗利益高をオリジナル計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までの期間粗利益率を計算します。	$([\text{オリジナル計画粗利益高（月累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（月累計）}])$
オリジナル計画粗利益率（計画シーズン累計）	オリジナル計画の指定日までのシーズン計画粗利益高を指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、オリジナル計画の指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	$([\text{オリジナル計画粗利益高（計画シーズン累計）}] / [\text{オリジナル計画売上高（計画シーズン累計）}])$
オリジナル計画粗利益額の前年比変動率	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額の前年に対する増加率または減少率を計算します。	$((\text{オリジナル計画粗利益高} - [\text{オリジナル計画粗利益高（前年）}]) / [\text{オリジナル計画粗利益高（前年）}])$
オリジナル計画粗利益高	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高（前年）	このメトリックでは、前年度のオリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高（年累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、現行計画の指定日までの年間粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高（月累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の指定日までの期間の粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画粗利益高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の粗利益額に基づいて、オリジナル計画の計画シーズンの粗利益高を計算します。	オリジナル計画総利益額
オリジナル計画累積値入率	このメトリックでは、オリジナル計画の累積値入率を計算します。	オリジナル計画累積値入額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
オリジナル計画通常値下げ高	このメトリックでは、オリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高 (前年)	このメトリックでは、前年度に関するオリジナル計画の通常値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年間に 関するオリジナル計画の通常値下げ高を計 算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間に 関するオリジナル計画の通常値下げ高を計 算します。	オリジナル計画通常値下げ額
オリジナル計画通常値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、オリジナル計画の指定日 までのシーズンに関する、現行計画の通常 値下げ高を計算します。	オリジナル計画通常値下げ額
カテゴリに対する利益の貢献 度比率 (前年) (MF)	このメトリックでは、前年のカテゴリの総利益に 対する前年の利益の貢献度比率を日ごとに 計算します。	$([\text{利益 (前年)}] / [\text{利益 (デパートメント、前年) MF}])$
カンパニーに対する BOH 売 価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期初手持ち 在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の 比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する BOH 売 価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、カンパニー の期初手持ち在庫の合計に対する各期初 手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (カンパニー、前年)}])$
カンパニーに対する EOH 売 価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期末手持ち 在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の 比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 売価高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する EOH 売 価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、カンパニー の期末手持ち在庫の合計に対する各期末 手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{EOH 売価高 (前年)}] / [\text{EOH 売価高 (カンパニー、前年)}])$
カンパニーに対するオリジナル 計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーのオリジナル計 画の総売上に対する各クラスのオリジナル計 画の売上の比率を計算します。	$(\text{オリジナル計画売上高} / [\text{オリジナル計画売上高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する値下げ額 の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの値下げ総額に 対する値下げ額の貢献度比率を計算し ます。	$(\text{値下げ高} / [\text{値下げ高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する利益の貢 献度比率	このメトリックでは、カンパニーの総利益に 対する利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{利益} / [\text{利益 (カンパニー)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
カンパニーに対する利益の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年のカンパニーの総利益に対する前年の利益の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([\text{利益（前年）}] / [\text{利益（カンパニー、前年）}])$
カンパニーに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高（カンパニー）}])$
カンパニーに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、カンパニーの総売上に対する売上の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([\text{売上高（前年）}] / [\text{売上高（カンパニー、（前年）}])$
カンパニーに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / [\text{現行計画 BOP 売価高（カンパニー）}])$
キャッシャごとの平均売上取引数（MF）	このメトリックは、労働日（MF）にキャッシャが処理した売上取引数の平均を計算します。	$([\text{売上取引数（キャッシャ）（MF）}] / [\text{作業日数（キャッシャ）（MF）}])$
クラスに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、クラスの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高（クラス）}])$
クラスに対する BOH 売価高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、クラスの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高（前年）}] / [\text{BOH 売価高（クラス、前年）}])$
クラスに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	$(\text{オリジナル計画売上高} / [\text{オリジナル計画売上高（クラス）}])$
クラスに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、クラスの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高（クラス）}])$
クラスに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、クラスの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$([\text{売上高（前年）}] / [\text{売上高（クラス、前年）}])$
クラスに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、クラスの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初各手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / [\text{現行計画 BOP 売価高（クラス）}])$
クリアランスの値下げ高	このメトリックは純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（前年）	このメトリックは前年の純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（前週）	このメトリックは先週の純総クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
クリアランスの値下げ高（年累計）	このメトリックは年開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（当日）	このメトリックはある 1 日の純クリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（月累計）	このメトリックは期間開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高（週累計）	このメトリックは週開始時から選択した日までのクリアランス値下げ高を計算します。	値下げ額
クリアランスの値下げ高 VAT	このメトリックはクリアランス値下げ高の VAT 金額を計算します。	[値下げ VAT 額]
クリアランスの利益高	このメトリックはクリアランス売上の利益を計算します。	利益額
クリアランスの売上単位	このメトリックは販売したクリアランス価格アイテムの総単位数を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
クリアランスの売上高	このメトリックはクリアランス売上高の合計を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
クリアランス値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、クリアランス値下げの純売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$(\text{クリアランスの値下げ高} - [\text{クリアランスの値下げ高 (前年)}]) / [\text{クリアランスの値下げ高 (前年)}]$
クリアランス値下げ高の現行計画比変動率	このメトリックでは、計画のクリアランス値下げの純売上に対する実際のクリアランス値下げの純売上の変動率を計算します。	$(\text{クリアランスの値下げ高} - \text{現行計画クリアランス値下げ高}) / \text{現行計画クリアランス値下げ高}$
グループに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$[\text{BOH 売価高}] / [\text{BOH 売価高 (グループ)}]$
グループに対する BOH 売価高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、グループの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$[\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (グループ、前年)}]$
グループに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$[\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 売価高 (グループ)}]$
グループに対する EOH 売価高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、グループの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	$[\text{EOH 売価高 (前年)}] / [\text{EOH 売価高 (グループ、前年)}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
グループに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	$(\text{オリジナル計画売上高} / [\text{オリジナル計画売上高 (グループ)}])$
グループに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの総売上に對する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (グループ)}])$
グループに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの総売上に對する売上の貢献度比率を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (グループ, (前年))}])$
グループに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / [\text{現行計画 BOP 売価高 (グループ)}])$
グループ売上高の貢献度率における対前年度変更率	このメトリックは今年のグループ総売上上の貢献度率の前年に対する変化を計算します。	$(\text{グループに対する売上高の貢献度比率} - [\text{グループに対する売上高の貢献度比率 (前年)}])$
スキャンしたアイテムの数	このメトリックではスキャンした最小在庫単位の総数を計算します。	スキャンされた売上アイテムの数
スキャンしたアイテムの比率	このメトリックでは、スキャンしたアイテムの比率を計算します。	$(\text{スキャンしたアイテムの数} / (\text{スキャンしたアイテムの数} + \text{手動入力したアイテムの数}))$
スキャンしたクレジットカードの数	このメトリックでは、スキャンしたクレジットカード取引の総数を計算します。	スキャンしたクレジットカードの数
スキャンしたクレジットカードの比率	このメトリックでは、スキャンしたクレジットカード取引の比率を計算します。	$(\text{スキャンしたクレジットカードの数} / (\text{手動入力したクレジットカードの数} + \text{スキャンしたクレジットカードの数}))$
タイムリー性評価	このメトリックは、予定時刻より早い、予定時刻どおり、予定時刻より遅い配送の割合 (%) に基づいて取引先のタイムリー性評価を計算します。	$(\text{時間どおりの配送数} / ((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}))$
タイムリー性評価 (前年)	このメトリックは、予定時刻より早い、予定時刻どおり、予定時刻より遅い配送の割合 (%) に基づいて取引先の前年のタイムリー性評価を計算します。	$([\text{時間どおりの配送数 (前年)}] / (([\text{時間どおりの配送数 (前年)}] + [\text{初期配送数 (前年)}] + [\text{遅延配送数 (前年)}])))$
タイムリー性評価の変動	このメトリックは、前年からのタイムリー性評価の変動を計算します。	$((\text{タイムリー性評価} - [\text{タイムリー性評価 (前年)}]) / [\text{タイムリー性評価 (前年)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ターゲットどおりの配送数	このメトリックでは、予測どおりの数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲットどおりの配送数です。	ターゲットどおりの配送数
ターゲットどおりの配送数（前年）	このメトリックでは、予測どおりの数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲットどおりの配送数です。	ターゲットどおりの配送数
ターゲット不足の配送数	このメトリックでは、予測より少ない数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲット不足の配送数です。	ターゲット不足の配送数
ターゲット不足の配送数（前年）	このメトリックでは、予測より少ない数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲット不足の配送数です。	ターゲット不足の配送数
ターゲット不足の配送率	このメトリックでは、予測を下回る数量のアイテムが入荷された配送の比率を計算します。	$(\text{ターゲット不足の配送数} / \text{配送数})$
ターゲット超過の配送数	このメトリックでは、予測より多い数量のアイテムが入荷した配送の総数を計算します。これはターゲット超過の配送数です。	ターゲット超過の配送数
ターゲット超過の配送数（前年）	このメトリックでは、予測より多い数量のアイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年のターゲット超過の配送数です。	ターゲット超過の配送数
ターゲット超過配送率	このメトリックでは、予測を超える数量のアイテムが入荷された配送の比率を計算します。	$(\text{ターゲット超過の配送数} / \text{配送数})$
チェーンに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、チェーンの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{利益} / [\text{利益 (チェーン)}])$
チェーンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、チェーンレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (チェーン)}])$
チェーンに対する売上高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、チェーン売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (チェーン、(前年))}])$
ディストリクトに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、ディストリクトの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{利益} / [\text{利益 (ディストリクト)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ディストリクトに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディストリクトレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ディストリクト)])
ディヴィジョンに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高] / [BOH 売価高 (ディヴィジョン)])
ディヴィジョンに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高 (前年)] / [BOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)])
ディヴィジョンに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	([EOH 売価高] / [EOH 売価高 (ディヴィジョン)])
ディヴィジョンに対する EOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	([EOH 売価高 (前年)] / [EOH 売価高 (ディヴィジョン、前年)])
ディヴィジョンに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	(オリジナル計画売上高 / [オリジナル計画売上高 (ディヴィジョン)])
ディヴィジョンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの総売上にに対する売上の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ディヴィジョン)])
ディヴィジョンに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの総売上にに対する売上の貢献度比率を週ごとに計算します。	([売上高 (前年)] / [売上高 (ディヴィジョン、(前年))])
ディヴィジョンに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([現行計画 BOP 売価高] / [現行計画 BOP 売価高 (ディヴィジョン)])
デパートメントに対する BOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([BOH 売価高] / [BOH 売価高 (デパートメント)])
デパートメントに対する BOH 売価高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの期初手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	([EOH 売価高 (前年)] / [EOH 売価高 (デパートメント、前年)])
デパートメントに対する EOH 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの期末手持ち在庫の合計に対する各期末手持ち在庫の比率を計算します。	([EOH 売価高] / [EOH 売価高 (デパートメント)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
デパートメントに対する EOH 売価高の貢献度比率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの期末手持ち在庫の合計に対する各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高 (前年)}] / [\text{BOH 売価高 (デパートメント、前年)}])$
デパートメントに対するオリジナル計画売上高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントのオリジナル計画の総売上に対する各クラスのオリジナル計画の売上の比率を計算します。	$(\text{オリジナル計画売上高} / [\text{オリジナル計画売上高 (デパートメント)}])$
デパートメントに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{利益} / [\text{利益 (デパートメント)}])$
デパートメントに対する利益の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、デパートメントの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{利益} / [\text{利益 (デパートメント MF)}])$
デパートメントに対する利益の貢献度比率 (ローカル)	このメトリックでは、返品による利益減を含むデパートメントの総利益に対する利益の貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{利益 (ローカル)}] / [\text{利益 (デパートメント) (ローカル)}])$
デパートメントに対する利益の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年のデパートメントの総利益に対する前年の利益の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([\text{利益 (前年)}] / [\text{利益 (デパートメント、前年)}])$
デパートメントに対する受取単位の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、デパートメントレベルにおける受取総数量に対する取引先受取数量の貢献度比率を計算します。	$(\text{受取単位} / [\text{受取単位 (デパートメント) (MO)}])$
デパートメントに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (デパートメント)}])$
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (デパートメント) (MF)}])$
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (ローカル)	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{売上高 (ローカル)}] / [\text{売上高 (デパートメント) (ローカル)}])$
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの総売上に対する売上の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (デパートメント、前年)}])$
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (前年) (MF)	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの総売上に対する売上の貢献度比率を日ごとに計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (デパートメント、前年) (MF)}])$
デパートメントに対する現行計画 BOP 売価高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの期初手持ち在庫の合計に対する現行計画の各期初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{現行計画 BOP 売価高}] / [\text{現行計画 BOP 売価高 (デパートメント)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
フェイスング割り当ての合計	このメトリックは陳列フェイス数をカウントします。	フェイスングの合計
メーカーのクーポン額	このメトリックでは、使用されたメーカーの合計クーポン額を計算します。	メーカーのクーポン額
ランニング予測売上単位	このシステムメトリックでは、ランニング予測売上数量を計算します。	RunningSum(予測売上数量)
ランニング予測売上高	このシステムメトリックでは、ランニング予測売上高を計算します。	RunningSum(予測売上額)
リージョンに対する利益の貢献度比率	このメトリックでは、リージョンの総利益に対する利益の貢献度比率を計算します。	(利益 / [利益 (リージョン)])
リージョンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、リージョンレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (リージョン)])
ロケーションに対する入札売上高の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内のあるロケーションにおける入札売上高の合計に対する入札取引の売上高の貢献度比率を計算します。	(入札売上高 / [入札売上高 (ロケーション、時間暦) (MO)])
ロケーションに対する入札返品高の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内のあるロケーションにおける全入札返品高の合計に対する入札返品高の貢献度比率を計算します。	(入札返品額 / [入札返品額 (ロケーション、時間暦) (MO)])
ロケーションに対する売上単位の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上単位 / [売上単位 (ロケーション、日) (MF)])
ロケーションに対する売上高の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ロケーション、日) (MF)])
ロケーションに対する売上高の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内に処理されたロケーションの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ロケーション、時間暦) (MO)])
ロケーションに対する返品額の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内にあるロケーションで返品されたアイテムの総額に対する返品額の貢献度比率を計算します。	(返品高 / [返品高 (ロケーション、時間暦) (MO)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ロケーション別売上高の前年比変更率（ローカル）	このメトリックでは、店舗ごとの平均売上の前年からの変動率を週ごとに計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$\frac{(((\text{売上高（ローカル）} / \text{売上の店舗数}) - ([\text{売上高（前年）（ローカル）}] / [\text{売上の店舗数（前年）}]))}{([\text{売上高（前年）（ローカル）}] / [\text{売上の店舗数（前年）}])}$
不合格品質管理単位	このメトリックでは、入荷後、品質管理検査で不合格になったアイテムの合計数を計算します。	不合格品質管理単位
不合格品質管理単位（前年）	このメトリックでは、入荷後、品質管理検査に不合格となったアイテムの前年の合計数を計算します。	不合格品質管理単位
不明な発注配送の数	このメトリックでは、発注書の納期が過ぎている不明な配送の総数を計算します。これは不明な発注配送の数です。	不明な発注配送の数
不明な発注配送の数（前年）	このメトリックでは、発注書の納期が過ぎている前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な発注配送の数です。	不明な発注配送の数
不明な発送配送の数	このメトリックでは、予測発送どおり発送されなかった不明な配送の総数を計算します。これは不明な出荷配送の数です。	[不明な ASN 配送の数]
不明な発送配送の数（前年）	このメトリックでは、予測発送どおり発送されなかった前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な発送配送の数です。	[不明な ASN 配送の数]
不明な発送配送の比率	このメトリックでは、不明な発送により予測される配送の比率を計算します。	$(\text{不明な発送配送の数} / \text{予測配送数})$
不明な計画配送の数	このメトリックでは、予測計画配送どおり届かなかった不明な配送の総数を計算します。これは不明な計画配送の数です。	不明な計画配送の数
不明な計画配送の数（前年）	このメトリックでは、予測計画配送どおり届かなかった前年の不明な配送の総数を計算します。これは前年の不明な計画配送の数です。	不明な計画配送の数
不明な配送の数	このメトリックでは、スケジュール、発注日、出荷予告通知に基づいて入荷予定であったが入荷しなかった配送の総数を計算します。これは不明な配送の数です。	$((\text{不明な発送配送の数} + \text{不明な発注配送の数}) + \text{不明な計画配送の数})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
不明な配送の数（前年）	このメトリックでは、スケジュール、発注日、出荷予告通知に基づいて入荷する予定であったが入荷しなかった前年の配送の総数を計算します。これは前年の不明な配送の数です。	$(([\text{不明な発送配送の数（前年）}] + [\text{不明な発注配送の数（前年）}]) + [\text{不明な計画配送の数（前年）}])$
不明な配送の比率	このメトリックでは、計画、発注日、または発送通知に従って届かなかった配送の比率を計算します。	$(\text{不明な配送の数} / \text{予測配送数})$
不適切な配送の数	このメトリックでは、未発注アイテムが入荷した配送の総数を計算します。これは不適切な配送の数です。	不適切な配送の数
不適切な配送の数（前年）	このメトリックでは、未発注アイテムが入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の不適切な配送の数です。	不適切な配送の数
不適切な配送の比率	このメトリックでは、発注していない数量のアイテムが入荷された不適切な配送の比率を計算します。	$(\text{不適切な配送の数} / \text{配送数})$
予定外の配送数	このメトリックでは、予定外に入荷した配送の総数を計算します。これは予定外の配送数です。	予定外の配送数
予測配送数	このメトリックでは、合計予測配送数を取引先スケジュール、発注日、および出荷予告通知に基づいて計算します。	$((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}) + \text{不明な配送の数})$
予測配送数（前年）	このメトリックでは、前年の合計予測配送数を取引先スケジュール、発注日、および出荷予告通知に基づいて計算します。	$((([\text{時間どおりの配送数（前年）}] + [\text{初期配送数（前年）}]) + [\text{遅延配送数（前年）}]) + [\text{不明な配送の数（前年）}])$
仕入予算（BOH）	このメトリックでは、現行計画の在庫レベルを超過せずに在庫として入荷できる商品の数量を、実際の期間当初の在庫を使用して計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] - [\text{見積 EOP 在庫額 (BOH)}])$
仕入予算（現行計画 BOP）	このメトリックでは、現行計画の在庫レベルを超過せずに在庫として入荷できる商品数を、現行計画の期間当初の在庫を使用して計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] - [\text{見積 EOP 在庫額（現行計画 BOP）}])$
作業日数	このメトリックでは、販売員が 1 つ以上の取引を作業した、つまり処理した合計日数を計算します。	販売個数の日数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
作業日数（キャッシャ）(MF)	このメトリックではキャッシャが作業をした日数を数えます（MF）。	販売個数の日数
作業日数（販売員）(MF)	このメトリックでは販売員が作業をした日数を数えます（MF）。	販売個数の日数
値下げ VAT 高	このメトリックでは、クリアランス、特売、および通常の値下げの VAT 額を計算します。	[値下げ VAT 額]
値下げ率	このメトリックでは、値下げ高を純売上高で割ることによって総値下げ率を計算します。	(値下げ高 / 売上高)
値下げ率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、値下げ高を純売上高で割ることによって総値下げ率を計算します。	((値下げ高（前年）) / [売上高（前年）])
値下げ率（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年純値下げ高を指定日までの年純売上高で割ることによって、指定日までの年純値下げ率を計算します。	((値下げ高（年累計）) / [売上高（年累計）])
値下げ率（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年純値下げ高を指定日までの年純売上高で割ることによって、指定日までの年純値下げ率を計算します。	((値下げ高（年累計、前年）) / [売上高（年累計、前年）])
値下げ率（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間純値下げ高を指定日までの期間純売上高で割ることによって、指定日までの期間純値下げ率を計算します。	((値下げ高（月累計）) / [売上高（月累計）])
値下げ率（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間純値下げ高を指定日までの期間純売上高で割ることによって、指定日までの期間純値下げ率を計算します。	((値下げ高（月累計、前年）) / [売上高（月累計、前年）])
値下げ率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズン計画純値下げ高を指定日までのシーズン計画純売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画純値下げ率を計算します。	((値下げ高（計画シーズン累計）) / [売上高（計画シーズン累計）])
値下げ率（計画シーズン累計、前年）	前年に関して、指定日までのシーズン計画純値下げ高を指定日までのシーズン計画純売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画純値下げ率を計算します。	((値下げ高（計画シーズン累計、前年）) / [売上高（計画シーズン累計、前年）])
値下げ高	このメトリックでは、純値下げ売上を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
値下げ高（カンパニー）	このメトリックでは、カンパニーの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（年累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、年初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、期初から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、計画シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、計画シーズン初日から選択した日までの値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高（週累計）	このメトリックでは、シーズン初日から選択した日までの純値下げ売上を計算します。	値下げ額
値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、値下げの純売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{値下げ高} - [\text{値下げ高 (前年)}]) / [\text{値下げ高 (前年)}])$
値下げ高の現行計画比変更率	このメトリックでは、実際の値下げ純売上と計画の値下げ純売上の間の変動率を計算します。	$((\text{値下げ高} - \text{現行計画値下げ高}) / \text{現行計画値下げ高})$
値入高	このメトリックでは、定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
値入高（前年）	このメトリックでは、前年の定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（年累計）	このメトリックでは、年初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の年初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（月累計）	このメトリックでは、期初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の期初からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、計画シーズン開始時からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
値入高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年の計画シーズン開始時からの定価の値入を通常、特売、およびクリアランスの純値入額を合計して計算します。	値入額
優先値下げの数	このメトリックでは優先値下げの数を計算します。	優先販売値下げの数
優先値下げ高	このメトリックでは、優先値下げ高を計算します。	優先売上値下げ高
優先値入の数	このメトリックでは優先値入の数を計算します。	優先販売値入の数
入札売上高	このメトリックは全入札取引の売上高を計算します。	入札売上高
入札売上高（ロケーション、日）(MO)	このシステムメトリックは、選択された期間について、全入札取引の合計売上高をロケーション別、日付別に計算します。	入札売上高
入札売上高（ロケーション、時間暦）(MO)	このシステムメトリックは、選択された期間について、全入札取引の合計売上高をロケーション別に計算します。	入札売上高

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
入札売上高（現預金）	このメトリックは、現預金による全入札取引の合計売上高を計算します。	入札売上高
入札売上高（現預金以外）	このメトリックは、現預金以外での全入札取引の合計売上高を計算します。	入札売上高
入札返品額	このメトリックは、入札取引されたすべての返品 of の合計額を計算します。	入札返品額
入札返品額（ロケーション、日）(MO)	このシステムメトリックは、選択された期間について、返品された全入札取引の合計売上高をロケーション別、日付別に計算します。	入札返品額
入札返品額（ロケーション、時間暦）(MO)	このシステムメトリックは、選択された期間について、全入札取引のすべての返品 of の合計売上高をロケーション別に計算します。	入札返品額
入札返品額（現預金）	このメトリックは、入札タイプが現預金である入札返品額を計算します。	入札返品額
入札返品額（現預金以外）	このメトリックは、入札タイプが現預金以外である入札返品額を計算します。	入札返品額
全キャッシュに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、組織レベルにおける選択した期間内の全キャッシュの売上高に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (すべてのキャッシュ)])
全キャッシュの LP 取引の貢献度比率	このメトリックでは、一定時間内にすべてのキャッシュによって処理された全ロス防止取引の総数に対する処理済みロス防止取引の貢献度比率を計算します。	([LP 取引数] / [LP 取引数 (すべてのキャッシュの合計)])
全キャッシュの LP 取引売上高の貢献度比率	このメトリックでは、一定時間内にすべてのキャッシュによって処理された全ロス防止取引高の合計に対する処理済みロス防止取引高の貢献度比率を計算します。	([LP 取引売上高] / [LP 取引売上高 (キャッシュ)])
全理由タイプの LP 取引の貢献度比率	このメトリックでは、何らかの理由により処理された全ロス防止取引の総数に対する処理済みロス防止取引の貢献度比率を計算します。	([LP 取引数] / [LP 取引数 (すべての理由タイプ)])
初期入力レンジの BOH 単位	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高を計算します。	FirstInRange(手持ち在庫数量)
初期入力レンジの BOH 単位 - ランニング予測売上単位	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫単位と予測売上単位のランニング差額を計算します。	([初期入力レンジの BOH 単位] - ランニング予測売上単位)

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
初期入力レンジの BOH 高	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高を計算します。	FirstInRange(手持ち在庫売価額)
初期入力レンジの BOH 高 ーランニング予測売上高	このシステムメトリックでは、開始時手持ち在庫高と予測売上高のランニング差額を計算します。	([初期入力レンジの BOH 高] - ランニング予測売上高)
初期配送数	このメトリックでは初期配送数を計算します。	初期配送数
初期配送数 (前年)	このメトリックでは前年の初期配送数を計算します。	初期配送数
初期配送率	このメトリックでは、早く届いた配送の比率を計算します。	(初期配送数 / ((時間どおりの配送数 + 初期配送数) + 遅延配送数))
利用不可 SOH 単位	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の単位数量を計算します。	利用不可数量
利用不可 SOH 原価高	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の原価高を計算します。	利用不可原価額
利用不可 SOH 売価高	このメトリックは、販売不可な手持ち在庫の原価高を計算します。	利用不可売価額
利益	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益 (すべて)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。このメトリックはフィルタを無視します。	利益額
利益 (アイテム)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、アイテムレベルで計算します。	利益額
利益 (アイテム) (MF)	このメトリックでは売上で得た利益をアイテムレベルで計算します。	利益額
利益 (アイテム、前年)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、アイテムレベルで週別に計算します。	利益額
利益 (アイテム、取引先)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を取引先別に計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、エリアレベルで計算します。	利益額
利益（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、カンパニーレベルで計算します。	利益額
利益（カンパニー、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上から得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、カンパニーレベルで週別に計算します。	利益額
利益（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、クラスレベルで計算します。	利益額
利益（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、グループレベルで計算します。	利益額
利益（サブクラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、セグメントレベルで計算します。	利益額
利益（シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の指定日までのシーズンの合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、チェーンレベルで計算します。	利益額
利益（ディストリクト）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、ディストリクトレベルで計算します。	利益額
利益（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、ディヴィジョンレベルで計算します。	利益額
利益（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（デパートメント）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上から得た合計利益をデパートメントレベルで計算し、現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（デパートメント）MF	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで計算します。	利益額
利益（デパートメント、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで週別に計算します。	利益額
利益（デパートメント、前年）MF	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで週別に計算します。	利益額
利益（リージョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、リージョンレベルで計算します。	利益額
利益（ロケーション）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、リージョンレベルで計算します。	利益額
利益（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を週別に計算します。	利益額
利益（前年）（ローカル）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（前期）	このメトリックでは、選択した前期の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（前週）	このメトリックでは、前週に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を週別に計算します。	利益額
利益（前週）（ローカル）	このメトリックでは、前週に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの年の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（後期）	このメトリックでは、選択した後期の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（時間）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。これは時間も入力するように促します。	利益額
利益（月累計）	このメトリックでは、指定日までの月の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの期間の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（期間）	このメトリックでは、選択した期間の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンの通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの計画シーズンの合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益の前年比変更率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前年からの変動率を計算します。	$((\text{利益} - [\text{利益（前年）}]) / [\text{利益（前年）}])$
利益の前年比変更率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前年からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表します。	$(([\text{利益（ローカル）}] - [\text{利益（前年）（ローカル）}]) / [\text{利益（前年）（ローカル）}])$
利益の前週比変更率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前週からの変動率を計算します。	$((\text{利益} - [\text{利益（前週）}]) / [\text{利益（前週）}])$
利益の前週比変更率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前週からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表します。	$(([\text{利益（ローカル）}] - [\text{利益（前週）（ローカル）}]) / [\text{利益（前週）（ローカル）}])$
利益の現行計画比変動率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の現行計画の利益に対する変動率を計算します。	$((\text{利益} - \text{現行計画利益}) / \text{現行計画利益})$
利益率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算します。	$(\text{利益} / \text{売上高})$
利益率（アイテム）（MF）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([\text{利益（アイテム）（MF）}] / [\text{売上高（アイテム）（MF）}])$
利益率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{利益（ローカル）}] / [\text{売上高（ローカル）}])$
利益率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、返品による利益減を含む利益売上の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([\text{利益（前年）}] / [\text{売上高（前年）}])$
利益率（前週）	このメトリックでは、返品による利益減を含む利益の前週の売上に対する貢献度比率を週ごとに計算します。	$([\text{利益（前週）}] / [\text{売上高（前週）}])$
利益率（年累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの年売上に対する貢献度比率を計算します。	$([\text{利益（年累計）}] / [\text{売上高（年累計）}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益率（月累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの期間売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (月累計)] / [売上高 (月累計)])$
利益率（週累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの週売上に対する貢献度比率を日ごとに計算します。	$([利益 (週累計)] / [売上高 (週累計)])$
前週に対する売上単位の貢献度比率	このメトリックでは、前週の売上単位に対する売上単位の貢献度比率を計算します。	$([売上単位] / [売上単位 (前週)])$
前週に対する売上取引数の貢献度比率	このメトリックでは、前週の売上取引数に対する売上取引数の貢献度比率を計算します。	$([売上取引数] / [売上取引数 (前週)])$
前週に対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、前週の売上高に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([売上高] / [売上高 (前週)])$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（一次）	このメトリックでは、割り当て領域の平均一次単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上利益 / [平均割り当て領域 (1 次)]) - ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (1 次)])) / (([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (1 次)]))$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（体積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均体積単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上利益 / [平均割り当て領域 (体積)]) - ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (体積)])) / (([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (体積)]))$
割り当て領域ごとの利益変更率（前年）（面積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均面積単位あたりの平均売上利益について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上利益 / [平均割り当て領域 (面積)]) - ([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (面積)])) / (([平均売上利益 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (面積)]))$
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（体積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均体積単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$(((平均売上高 / [平均割り当て領域 (体積)]) - ([平均売上高 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (体積)])) / (([平均売上高 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (体積)]))$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（面積）	このメトリックでは、割り当て領域の平均面積単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$\frac{((\text{平均売上高} / [\text{平均割り当て領域 (面積)}]) - ([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (面積)}]))}{([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (面積)}])}$
割り当て領域ごとの売上変更率（前年）（1 次）	このメトリックでは、割り当て領域の平均一次単位あたりの平均売上について前年からの変動率を日ごとに計算します。	$\frac{((\text{平均売上高} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}]) - ([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}]))}{([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}])}$
割り当て領域ごとの平均利益（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (面積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（前年）（1 次）	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された前年の平均売上利益を日単位で計算します。	$([\text{平均売上利益 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (1 次)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (面積)}])$
割り当て領域ごとの平均利益（1 次）	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された平均売上利益を計算します。	$(\text{平均売上利益} / [\text{平均割り当て領域 (1 次)}])$
割り当て領域ごとの平均売上（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(\text{平均売上高} / \text{平均体積量})$
割り当て領域ごとの平均売上（前年）（体積）	このメトリックは、割り当て領域の平均体積ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (体積)}])$
割り当て領域ごとの平均売上（前年）（面積）	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([\text{平均売上高 (前年)}] / [\text{平均割り当て領域 (前年) (面積)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
割り当て領域ごとの平均売上 (前年) (1 次)	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された前年の平均売上を日単位で計算します。	$([平均売上高 (前年)] / [平均割り当て領域 (前年) (1 次)])$
割り当て領域ごとの平均売上 (面積)	このメトリックは、割り当て領域の平均面積ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(平均売上高 / [平均割り当て領域 (面積)])$
割り当て領域ごとの平均売上 (1 次)	このメトリックは、割り当て領域の平均一次単位ごとに生み出された平均売上を計算します。	$(平均売上高 / [平均割り当て領域 (1 次)])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均利益 (体積)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の立方単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(現行計画利益 / [平均割り当て領域 (体積)])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均利益 (面積)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の平方単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(現行計画利益 / [平均割り当て領域 (面積)])$
割り当て領域ごとの現行計画 平均利益 (1 次)	このメトリックは、アイテムに割り当てられた領域の一次単位あたりの現行計画平均利益を計算します。	$(現行計画利益 / [平均割り当て領域 (1 次)])$
単位ごとの平均売上高	このメトリックは単位ごとの平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$((売上高 - 返品高) / (売上単位 - 返品単位))$
単位原価高	このメトリックは単位原価高を計算します。	平均単位仕入れ値額
単位売価高	このメトリックは単位売価高を計算します。	平均単位売価額
原価高	このメトリックは、平均原価額を計算します。	平均原価額
原価高 (年累計)	このメトリックは、単位あたりの年累計平均原価額を計算します。	平均原価額
取引ごとの平均利益	このメトリックは総利益と売上取引数に基づいて取引ごとの平均利益を計算します。	$(利益 / 売上取引数)$
取引ごとの平均売上単位	このメトリックは売上単位合計と売上取引数に基づいて取引ごとの平均売上単位を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(売上単位 / 売上取引数)$
取引ごとの平均売上高	このメトリックは総売上と売上取引数に基づいて取引ごとの平均売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(売上高 / 売上取引数)$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
取引先 RTV 単位の比率	このメトリックでは、取引先への返品アイテムの総数量の入荷総数量に対する貢献度比率を計算します。	(返品単位 / 受取単位)
取引先遵守度の評価	このメトリックでは、取引先のタイムリー性、配送精度、発注制度、および品質の評価に基づいて、多様な角度における取引先遵守度の評価を計算します。	$(((((\text{タイムリー性評価} + \text{発注実行の評価}) + \text{配送精度評価}) + \text{品質評価}) / 4)$
取引先遵守度の評価 (前年)	このメトリックでは、取引先のタイムリー性、配送精度、発注制度、および品質の評価に基づいて、多様な角度における前年度の取引先遵守度の評価を計算します。	$(((((\text{タイムリー性評価 (前年)} + \text{発注実行の評価 (前年)}) + \text{配送精度評価 (前年)}) + \text{品質評価 (前年)}) / 4)$
取引数	このメトリックでは処理した取引の数を数えます。	売上取引数
受取価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの計画シーズンの原価高を計算します。	受取原価額
受取単位	このメトリックでは、受取単位数量を計算します。	受取単位
受取単位	このメトリックでは、入荷した製品数量を単位で計算します。	受取数量
受取単位 (デパートメント) (MO)	このメトリックでは、デパートメントレベルで受け取った製品数量を単位で計算します。	受取単位
受取単位の現行計画比変動率	このメトリックでは、受取アイテムの計画単位数量に対する単位数量の変動率を計算します。	$((\text{受取単位} - \text{現行計画受取単位}) / \text{現行計画受取単位})$
受取原価高	このメトリックでは受取原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高 (前年)	このメトリックでは、入荷予定アイテムの前年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高 (年累計)	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高 (年累計、前年)	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの年の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高 (月累計)	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の原価高を計算します。	受取原価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取原価高（月累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの期間の原価高を計算します。	受取原価額
受取原価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの計画シーズンの原価高を計算します。	受取原価額
受取品質管理単位	このメトリックでは、品質管理が必要な受取合計単位数量を計算します。	(合格した品質管理単位 + 不合格品質管理単位)
受取品質管理単位（前年）	このメトリックでは、品質管理が必要な前年の受取合計単位数量を計算します。	([合格した品質管理単位（前年）] + [不合格品質管理単位（前年）])
受取売価高	このメトリックでは入荷製品の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの前年の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（年累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの年の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（年累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの年の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（月累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（月累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの期間の売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、指定日までの計画シーズンの売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、入荷予定アイテムの、前年の指定日までの計画シーズンの売価高を計算します。	受取売価額
受取売価高の前年比変更率	このメトリックでは、前年の受取売価高に対する受取売価高の増加率または減少率を計算します。	$((\text{受取売価高} - [\text{受取売価高}(\text{前年})]) / [\text{受取売価高}(\text{前年})])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取見積時のオリジナル計画 初回値入率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$\frac{((\text{オリジナル計画受取売価高} - \text{オリジナル計画受取仕入原価高}))}{\text{オリジナル計画受取売価高}}$
受取見積時のオリジナル計画 初回値入率（年累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間の指定日までの年差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$\frac{(([\text{オリジナル計画受取売価高 (年累計)}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高 (年累計)}])}{[\text{オリジナル計画受取売価高 (年累計)}])}$
受取見積時のオリジナル計画 初回値入率（月累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間で指定日までの期間の差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$\frac{(([\text{オリジナル計画受取売価高 (月累計)}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高 (月累計)}])}{[\text{オリジナル計画受取売価高 (月累計)}])}$
受取見積時のオリジナル計画 初回値入率（計画シーズン 累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上原価とオリジナル計画の販売価格との間の指定日までの季節計画の差額を計算し、オリジナル計画の受取総額の比率として表します。	$\frac{(([\text{オリジナル計画受取売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{オリジナル計画受取仕入原価高 (計画シーズン累計)}])}{[\text{オリジナル計画受取売価高 (計画シーズン累計)}])}$
受取見積時の初回値入率	このメトリックでは、売上単価と販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$\frac{((\text{受取売価高} - \text{受取原価高}))}{\text{受取売価高}}$
受取見積時の初回値入率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、売上単価と販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$\frac{(([\text{受取売価高 (前年)}] - [\text{受取原価高 (前年)}])}{[\text{受取売価高 (前年)}])}$
受取見積時の初回値入率 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年売上単価と指定日までの年販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$\frac{(([\text{受取売価高 (年累計)}] - [\text{受取原価高 (年累計)}])}{[\text{受取売価高 (年累計)}])}$
受取見積時の初回値入率 (年累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年売上単価と指定日までの年販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$\frac{(([\text{受取売価高 (年累計、前年)}] - [\text{受取原価高 (年累計、前年)}])}{[\text{受取売価高 (年累計、前年)}])}$
受取見積時の初回値入率 (月累計)	このメトリックでは、指定日までの期間売上単価と指定日までの期間販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$\frac{(([\text{受取売価高 (月累計)}] - [\text{受取原価高 (月累計)}])}{[\text{受取売価高 (月累計)}])}$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
受取見積時の初回値入率 (月累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間売上単価と指定日までの期間販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (月累計、前年)}] - [\text{受取原価高 (月累計、前年)}]) / [\text{受取売価高 (月累計、前年)}])$
受取見積時の初回値入率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズン計画売上単価と指定日までのシーズン計画販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{受取原価高 (計画シーズン累計)}]) / [\text{受取売価高 (計画シーズン累計)}])$
受取見積時の初回値入率 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックでは、前年に関して、指定日までのシーズン計画売上単価と指定日までのシーズン計画累計販売価格の差額を計算し、総受取額の比率として表します。	$(([\text{受取売価高 (計画シーズン累計、前年)}] - [\text{受取原価高 (計画シーズン累計、前年)}]) / [\text{受取売価高 (計画シーズン累計、前年)}])$
受取見積時の現行計画初回値入率	このメトリックでは、現行計画の売上原価と現行計画の販売価格との差額を計算し、現行計画の受取総額の比率として表します。	$((\text{現行計画受取売価高} - \text{現行計画受取原価高}) / \text{現行計画受取売価高})$
受取見積時の現行計画初回値入率 (年累計)	このメトリックでは、現行計画の指定日までの年売上単価と現行計画の指定日までの年販売価格との差額を計算し、現行計画の総受取額の比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高 (年累計)}] - [\text{現行計画受取原価高 (年累計)}]) / [\text{現行計画受取売価高 (年累計)}])$
受取見積時の現行計画初回値入率 (月累計)	このメトリックでは、現行計画の指定日までの期間売上単価と現行計画の指定日までの期間販売価格との差額を計算し、現行計画の総受取額の比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高 (月累計)}] - [\text{現行計画受取原価高 (月累計)}]) / [\text{現行計画受取売価高 (月累計)}])$
受取見積時の現行計画初回値入率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、現行計画の指定日までのシーズン売上単価と現行計画の指定日までのシーズン販売価格との差額を計算し、現行計画の総受取額の比率として表します。	$(([\text{現行計画受取売価高 (計画シーズン累計)}] - [\text{現行計画受取原価高 (計画シーズン累計)}]) / [\text{現行計画受取売価高 (計画シーズン累計)}])$
受取高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、受取アイテムのオリジナル計画の売価高に対する売価高の変動率を計算します。	$((\text{受取売価高} - \text{オリジナル計画受取売価高}) / \text{オリジナル計画受取売価高})$
受取高の現行計画比変動率	このメトリックでは、受取アイテムの計画売価高に対する売価高の変動率を計算します。	$((\text{受取売価高} - \text{現行計画受取売価高}) / \text{現行計画受取売価高})$
合格した品質管理単位	このメトリックでは、品質管理検査を受けて合格したアイテムの合計数を計算します。	合格した品質管理単位

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
合格した品質管理単位（前年）	このメトリックでは、品質管理検査を受けて合格したアイテムの前年度の合計数を計算します。	合格した品質管理単位
合計取引数	このメトリックでは、売上または返品があった取引の数を数えます。	売上取引数
合計取引数（ロケーション、日）（MF）	このメトリックでは、選択した期間の間、1 日にすべてのロケーションで処理した取引の総数を計算します。このメトリックではテンプレート（MF）を考慮に入れません。	売上取引数
品質評価	このメトリックでは、品質管理検査が必要とされた場合に、取引先の品質評価を、入荷後、品質管理に合格した全アイテムの比率で計算します。	$(\text{合格した品質管理単位} / \text{受取品質管理単位})$
品質評価（前年）	このメトリックでは、品質管理検査が必要とされた場合に、前年の取引先の品質評価を、入荷後、品質管理に合格した全アイテムの比率で計算します。	$([\text{合格した品質管理単位（前年）}] / [\text{受取品質管理単位（前年）}])$
品質評価の変動	このメトリックでは、前年に関して、取引先の品質評価の変動を計算します。	$((\text{品質評価} - [\text{品質評価（前年）}]) / [\text{品質評価（前年）}])$
在庫の店舗数	このメトリックでは、在庫がゼロより大きい店舗の数を数えます。	在庫の店舗数
在庫の週数	このメトリックでは、在庫がゼロより大きい週の数を数えます。	在庫の週数
在庫の週数（前年）	このメトリックでは、前年に関して、売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を数えます。	在庫の週数
在庫アイテム数	このメトリックでは、最新終了時手持ち在庫単位価格がゼロより大きい在庫のアイテム数を数えます。	在庫アイテム数
在庫アイテム数（デパートメント、週）	このメトリックではデパートメントでその週に在庫されていたアイテム数を数えます。	在庫アイテム数
在庫切れの日数	このメトリックでは、在庫がゼロの日数を数えます。	在庫日数
在庫切れ日数の比率	このメトリックでは、選択した日数の合計に対するアイテム在庫切れ日数の比率を計算します。	$(\text{在庫切れの日数} / \text{日数})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
在庫回転値	このメトリックでは、純売上高を平均在庫高で割ることにより、在庫回転値を計算します。	$(\text{売上高} / \text{平均在庫売価高})$
在庫回転値（前年）	このメトリックでは、前年度の純売上高を平均在庫高で割ることにより、在庫回転値を計算します。	$([\text{売上高（前年）}] / [\text{平均在庫売価高（前年）}])$
在庫回転単位	このメトリックでは、選択した期間における純売上単位を平均手持ち在庫数で割ることにより、在庫回転単位を計算します。	$(\text{売上単位} / (([\text{BOH 単位}] + [\text{EOH 単位（合計）}] / (\text{在庫の週数} + 1)))$
在庫回転数の前年比変更率	このメトリックでは、在庫回転数の前年からの変動率を計算します。	$((\text{在庫回転値} - [\text{在庫回転値（前年）}]) / [\text{在庫回転値（前年）}])$
在庫回転数の現行計画比変更率	このメトリックでは、計画在庫回転数に対する在庫回転数の変動率を計算します。	$((\text{在庫回転値} - \text{現行計画在庫回転数}) / \text{現行計画在庫回転数})$
在庫売上比率	このメトリックでは、選択した期間の合計売上に対する当初手持ち在庫の比率を計算します。	$([\text{BOH 売価高}] / \text{売上高})$
在庫売上比率（前年）	このメトリックでは、前年度の引当済在庫率を計算します。	$([\text{BOH 売価高（前年）}] / [\text{売上高（前年）}])$
在庫見返り利益	このメトリックでは投資見返り利益を計算します。これには、利益高を平均在庫高で割ります。	$(([\text{利益} / [\text{EOH 売価高（合計）}]] / \text{在庫の週数})$
増加利益	このメトリックでは、増加利益を期間利益、前期利益、および後期利益に基づいて計算します。	$((((([\text{利益（期間）}] / [\text{週数（期間）}]) - ([\text{利益（前期）}] / [\text{週数（前期）}])) + ([\text{利益（後期）}] / [\text{週数（後期）}])) - ([\text{利益（前期）}] / [\text{週数（前期）}]))$
増加売上高	このメトリックでは、増加売上高を期間利益、前期利益、および後期利益に基づいて計算します。	$((((([\text{売上高（期間）}] / [\text{週数（期間）}]) - ([\text{売上高（前期）}] / [\text{週数（前期）}])) + ([\text{売上高（後期）}] / [\text{週数（後期）}])) - ([\text{売上高（前期）}] / [\text{週数（前期）}]))$
売上に対する構成店舗利益	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上による構成店舗利益を計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上に対する構成店舗利益 (前年)	このメトリックは、前年の通常売上、クリアランス売上、特売売上による構成店舗利益を計算します。	利益額
売上の店舗数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を数えます。	売上の店舗数
売上の店舗数（前年）	このメトリックでは、前年の 1 日の売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を、セグメント、ロケーション、および日のレベルで数えます。	売上の店舗数
売上の店舗数（時間暦） (MO)	このシステムメトリックでは、売上があった店舗（ロケーション）の数を計算します。	売上の店舗数
売上の週数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	売上の週数
売上の週数（前年）	このメトリックでは、前年に関して、売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	売上の週数
売上ゼロの日数の比率 (SOH<=0)	このメトリックでは、在庫がないためにアイテムの売上がなかった時間（日数）の比率を計算します。	$([\text{売上ゼロの日数 (SOH} \leq 0)] / \text{日数})$
売上ゼロの日数の比率 (SOH>0)	このメトリックでは、在庫があり、販売可能であるにもかかわらず、アイテムの売上がなかった時間（日数）の比率を計算します。	$([\text{売上ゼロの日数 (SOH} > 0)] / \text{日数})$
売上単位	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（アイテム）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、アイテムレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（エリア、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上にに基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年度のカンパニー合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カンパニー、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上にに基づき、カンパニーレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（クラス）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、クラスレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（グループ）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、グループレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（シーズン累計）	指定日までのシーズンに関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（セグメント）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、セグメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上にに基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（チェーン、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上にに基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上にに基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト、前年）	前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト、前週）	前週に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディヴィジョン）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、ディヴィジョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上にに基づき、デパートメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント、前年）	前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、デパートメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント、前週）	このメトリックでは、前週に関して、デパートメントの合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（リージョン）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位 (リージョン、前年)	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (リージョン、前週)	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション)	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上にに基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション) (MF)	このメトリックでは、選択した期間 (MF) の合計売上単位をロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション、前年) (MF)	このメトリックでは、選択した期間 (MF) の前年の合計売上単位を、ロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション、前週) (MF)	このメトリックでは、選択した期間 (MF) の前週の合計売上単位を、ロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位 (ロケーション、日) (MF)	通常、クリアランス、特売売上の合計単位を、ロケーションと日レベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。テンプレートも考慮しません。	売上数量
売上単位 (供給の日数)	このメトリックでは、供給の日数を、現在の手持ち在庫数量と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([EOH \text{ 単位 (前日)}] / [平均通常売上単位 (期間 \cdot 日単位)])$
売上単位 (供給の日数) (動的)	このメトリックでは、供給の日数を、現在の手持ち在庫数量と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([EOH \text{ 単位 (前日)}] / [平均通常売上単位 (期間 \cdot 日単位) (動的)])$
売上単位 (供給の週数)	このメトリックでは、供給の週数を、現在の手持ち在庫と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([EOH \text{ 単位}] / [平均通常売上単位 (期間 \cdot 週単位)])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（供給の週数）（動的）	このメトリックでは、供給の週数を、現在の手持ち在庫と選択した評価期間の平均売上数量を比較して計算します。	$([\text{EOH 単位 (前週)}] / [\text{平均通常売上単位 (期間・週単位) (動的)}])$
売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、週別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前月）	このメトリックでは、前期に関して、合計売上単位を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前期）	このメトリックでは、選択した前期の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前週）	このメトリックでは、前週に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、週別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（後期）	このメトリックでは、選択した後期の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（日）	このメトリックでは、1 日に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（時間、組織）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（期間）	このメトリックでは、選択した期間の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位の前年比変更率	このメトリックでは、単位売上の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$((\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前年)}]) / [\text{売上単位 (前年)}])$
売上単位の前月比変動	このメトリックは、売上単位における前月との差を計算します。	$(\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前月)}])$
売上単位の前月比変更率	このメトリックでは、売上単位の前期からの変動率を計算します。	$((\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前月)}]) / [\text{売上単位 (前月)}])$
売上原価	このメトリックは、売上原価を計算します。売上原価は、売上から売上による利益と返品による損失を差し引いたものとして定義されています。	$(\text{売上高} - \text{利益})$
売上原価（前年）	このメトリックは、前年の売上原価を週ごとに計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] - [\text{利益 (前年)}])$
売上原価（前期）	このメトリックは、前期の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	$([\text{売上高 (前期)}] - [\text{利益 (前期)}])$
売上原価（後期）	このメトリックは、後期の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	$([\text{売上高 (後期)}] - [\text{利益 (後期)}])$
売上原価（期間）	このメトリックは、期間の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	$([\text{売上高 (期間)}] - [\text{利益 (期間)}])$
売上取引数	このメトリックでは、売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上取引数（キャッシュ） (MF)	このメトリックでは、特定のキャッシュに売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上取引数（ロケーション） (MF)	このメトリックでは、選択した期間（MF）に処理した取引の総数をロケーション別に計算します。	売上取引数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上取引数（ロケーション、前年）(MF)	このメトリックでは、選択した期間（MF）の前年に処理した取引の総数をロケーション別に計算します。	売上取引数
売上取引数（ロケーション、前週）(MF)	このメトリックでは、選択した期間（MF）の前週に処理した取引の総数をロケーション別に計算します。	売上取引数
売上取引数（前年）	このメトリックでは、前年に売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上取引数（前月）	このメトリックでは、前期に売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上取引数（前週）	このメトリックでは、前週に売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上取引数（販売員）(MF)	このメトリックでは、特定の販売員に売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上取引数の前月比変動	このメトリックは、売上取引数における前月との差を計算します。	$(\text{売上取引数} - [\text{売上取引数}(\text{前月})])$
売上取引数の前月比変更率	このメトリックでは、売上取引数の前期からの変動率を計算します。	$((\text{売上取引数} - [\text{売上取引数}(\text{前月})]) / [\text{売上取引数}(\text{前月})])$
売上率	このメトリックでは、合計単位売上を開始時手持ち在庫と入荷単位の合計で割って、売上率を計算します。	$((\text{売上単位} / [\text{BOH 単位}]) + \text{受取単位})$
売上監査合計高	このメトリックでは、売上監査システムから受領した合計金額が含まれています。	売上監査合計高
売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を VAT を含めて計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（WTD、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（すべて）	通常、クリアランス、特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。フィルタ（MT）は無視します。	売上額
売上高（すべてのキャッシャ）	このメトリックでは、すべてのキャッシャの売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（アイテム）	このメトリックでは、指定アイテムの通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム）(MF)	このメトリックでは、指定アイテムの通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム、(前年)）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前年度のアイテム売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（アイテム、取引先）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を取引先別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をエリアレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、エリア売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、エリア売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をカンパニーレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー、(前年)）	このメトリックでは、前年度のカンパニー合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（カンパニー、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をクラスレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（クラス、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上の合計高をクラスレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をグループレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（グループ、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、グループ売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までのシーズンの売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をチェーンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、チェーン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、チェーン売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ディストリクト）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をディストリクトレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基ついて、ディストリクト売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基ついて、ディストリクト売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をディヴィジョンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基ついて、ディヴィジョン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をデパートメントレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント）(MF)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をデパートメントレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント）(ローカル)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をデパートメントレベルで計算し、店舗の現地通貨で表示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（デパートメント、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、デパートメント売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント、前年）(MF)	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、デパートメント売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の前週の合計高をデパートメント別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をリージョンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、リージョン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、リージョン売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をロケーションレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション）(MF)	このメトリックでは、選択期間中（MF）の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前年）(MF)	このメトリックでは、選択期間内（MF）の最終年度の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ロケーション、前週）（MF）	このメトリックでは、選択期間内（MF）の最後の週の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、日）（MF）	通常、クリアランス、特売売上の合計高を、ロケーションおよび日次レベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。テンプレートも考慮しません。	売上額
売上高（ロケーション、時間暦）（MO）	このシステムメトリックでは、選択期間中のアイテムの売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（供給の日数）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と指定評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給日数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高（前日）}] / [\text{平均通常売上高（期間・日単位）}])$
売上高（供給の日数）（動的）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と指定評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給日数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高（前日）}] / [\text{平均通常売上高（期間・日単位）（動的）}])$
売上高（供給の週数）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と選択評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給週数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高}] * (1 / [\text{平均通常売上高（期間・週単位）}]))$
売上高（供給の週数）（前年）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と選択評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給週数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高（前年）}] / [\text{平均通常売上高（期間・週単位）（前年）}])$
売上高（供給の週数）（動的）	このメトリックでは、現在の手持ち在庫高と選択評価期間内の平均売上との比較に基づいて、供給週数を計算します。	$([EOH \text{ 売価高（前週）}] / [\text{平均通常売上高（期間・週単位）（動的）}])$
売上高（前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基いて、前年度の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（前年）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、前年度の店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（前月）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前期の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前期）	このメトリックでは、選択した前期の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前週の売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前週）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、前週の店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（年累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの年間の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（年累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（後期）	このメトリックでは、選択した後期の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（時間）	通常、クリアランス、特売売上の合計を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。条件として付加される時間が表示されるので、時間でフィルタもできます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（月累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの期間の売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（月累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（期間）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、選択期間の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（週累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの週の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高と返品比率	このメトリックでは返品に対する売上の比率を計算します。	$(\text{売上高} / \text{返品高})$
売上高と返品比率（現預金）	顧客売上と返品比率を、現預金入札を使用してシステムに入力された取引だけに基づいて計算します。現預金入札には、現金と小切手（個人用、キャッシャ）が含まれます。	$([\text{入札売上高（現預金）}] / [\text{入札返品額（現預金）}])$
売上高と返品比率（現預金以外）	このメトリックでは、顧客売上と返品比率を、現預金以外の入札を使用してシステムに入力された取引だけに基づいて計算します。	$([\text{入札売上高（現預金以外）}] / [\text{入札返品額（現預金以外）}])$
売上高に対するクリアランスの貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対するクリアランス売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{クリアランスの売上高} / \text{売上高})$
売上高に対する通常の貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対する通常売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{通常売上高} / \text{売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高の前年比変更率	このメトリックでは、売上高の前年からの変動率を計算します。	$\frac{([売上高] - [売上高 (前年)])}{[売上高 (前年)]}$
売上高の前年比変更率 (シーズン累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までのシーズン変動率を計算します。	$\frac{([売上高 (シーズン累計)] - [売上高 (シーズン累計, 前年)])}{[売上高 (シーズン累計, 前年)]}$
売上高の前年比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、売上高の前年からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$\frac{([売上高 (ローカル)] - [売上高 (前年) (ローカル)])}{[売上高 (前年) (ローカル)]}$
売上高の前年比変更率 (年累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までの年変動率を計算します。	$\frac{([売上高 (年累計)] - [売上高 (年累計, 前年)])}{[売上高 (年累計, 前年)]}$
売上高の前年比変更率 (月累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$\frac{([売上高 (月累計)] - [売上高 (月累計, 前年)])}{[売上高 (月累計, 前年)]}$
売上高の前年比変更率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$\frac{([売上高 (計画シーズン累計)] - [売上高 (計画シーズン累計, 前年)])}{[売上高 (計画シーズン累計, 前年)]}$
売上高の前月比変動	このメトリックは、売上高における前月との差を計算します。	$[売上高] - [売上高 (前月)]$
売上高の前月比変更率	このメトリックでは、売上高の前期からの変動率を計算します。	$\frac{([売上高] - [売上高 (前月)])}{[売上高 (前月)]}$
売上高の前週比変更率	このメトリックでは、売上高の前週からの変動率を計算します。	$\frac{([売上高] - [売上高 (前週)])}{[売上高 (前週)]}$
売上高の前週比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、売上高の前週からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$\frac{([売上高 (ローカル)] - [売上高 (前週) (ローカル)])}{[売上高 (前週) (ローカル)]}$
売上高の対前年度変更率	このメトリックは前年の売上高との差を週別に計算します。	$[売上高] - [売上高 (前年)]$
売上高表示 (アイテム)	このシステム表示は、指定したアイテムに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (アイテム、ロケーション、日) (MO)	指定した日、アイテム、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高表示（アイテム、ロケーション、週）(MO)	指定したアイテム、週、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示（ロケーション）	このシステム表示は、指定したロケーションに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示（ロケーション、(前年)）(MO)	指定したアイテム、週、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示（前年）(MO)	指定セグメントおよびロケの前年度の週別の照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量です。	売上額
売切単位の比率	このメトリックでは、販売された通常、特売、およびクリアランス単位の合計と、終了時手持ち在庫単位に基づいて売切比率を計算します。	$(\text{売上単位} / ([\text{EOH 単位}] + \text{売上単位}))$
宣伝の日数	このメトリックではアイテムが宣伝されている日数を数えます。	宣伝の日数
対店舗数売上の前年比変更率	このメトリックでは、売上店舗数について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{売上の店舗数} - [\text{売上の店舗数 (前年)}]) / [\text{売上の店舗数 (前年)}])$
平均 EOH 売価高	このメトリックは、最終手持ち価額を最終手持ち単位で割って平均在庫価格を計算します。	$([\text{EOH 売価高}] / [\text{EOH 単位}])$
平均利益	このメトリックは、売上利益の平均から返品による利益減の平均を引いた値を計算します。	平均利益額
平均割り当て領域（アイテム、リージョン）(1 次)	このメトリックはリージョンレベルですべてのアイテムに割り当てられた平均一次距離を計算します。	[平均 1 次数量]
平均割り当て領域（体積）	このメトリックは割り当て領域の平均体積を計算します。	平均体積量
平均割り当て領域（前年）(体積)	このメトリックは前年の割り当て領域の平均体積を計算します。	平均体積量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均割り当て領域（前年） （面積）	このメトリックは前年の割り当て領域の平均面積を計算します。	平均面積
平均割り当て領域（前年） （1 次）	このメトリックは前年の割り当て領域の平均一次単位を計算します。	[平均1 次数量]
平均割り当て領域（面積）	このメトリックは割り当て領域の平均面積を計算します。	平均面積
平均割り当て領域（1 次）	このメトリックは割り当て領域の平均一次単位を計算します。	[平均1 次数量]
平均在庫仕入れ高	このメトリックは平均在庫仕入れ高を計算します。	$(([\text{BOH 原価高}] + [\text{EOH 原価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
平均在庫仕入れ高（前年）	このメトリックは前年の平均在庫仕入れ高を計算します。	$(([\text{BOH 原価高 (前年)}] + [\text{EOH 原価高 (合計) (前年)}]) / ([\text{在庫の週数 (前年)}] + 1))$
平均在庫売価高	このメトリックは平均在庫売価高を計算します。	$(([\text{BOH 売価高}] + [\text{EOH 売価高 (合計)}]) / (\text{在庫の週数} + 1))$
平均在庫売価高（前年）	このメトリックは前年の平均在庫売価高を計算します。	$(([\text{BOH 売価高 (前年)}] + [\text{EOH 売価高 (合計) (前年)}]) / ([\text{在庫の週数 (前年)}] + 1))$
平均売上利益	このメトリックは平均売上利益を計算します。金額には返品を含みません。	平均売上利益額
平均売上利益（前年）	このメトリックは前年の平均売上利益を計算します。金額には返品を含みません。	平均売上利益額
平均売上高	このメトリックは平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	平均売上高
平均売上高（前年）	このメトリックは前年の平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	平均総売上高
平均売上高の競合価格比 変動率	このメトリックでは、小売業者とその競合他社間の平均販売価格の変動率を計算します。	$(((\text{売上高} / \text{売上単位}) - \text{競合他社平均価格}) / \text{競合他社平均価格})$
平均売価高	このメトリックは、総売上と販売した単位数に基づいて、平均売価高を計算します。	$(\text{売上高} / \text{売上単位})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均売価高（ローカル）	このメトリックは、総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均売価高を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$(\text{売上高（ローカル）} / \text{売上単位})$
平均売価高（年累計）	このメトリックはアイテムの年累計平均売価高を計算します。	$(\text{売上高（年累計）} / \text{売上単位（年累計）})$
平均売価高（月累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均売価高を週ごとに計算します。	$(\text{売上高（月累計）} / \text{売上単位（月累計）})$
平均売価高（週累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均売価高を日ごとに計算します。	$(\text{売上高（週累計）} / \text{売上単位（週累計）})$
平均小売価格	このメトリックは平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（ローカル）	このメトリックは平均小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$[\text{平均単位売価高（ローカル）}]$
平均小売価格（年累計）	このメトリックはアイテムの年累計平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（月累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均小売価格を計算します。	平均単位売価高
平均小売価格（週累計）	このメトリックはアイテムの週累計平均小売価格を日ごとに計算します。	平均単位売価高
平均小売価格と競合他社価格との差	このメトリックは、小売業者の平均小売価格と競合他社の小売価格との価格分散を計算します。	$((\text{売上高} / \text{売上単位}) - \text{競合他社平均価格})$
平均早着日数	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて早く配送された平均日数を計算します。	平均早着日数
平均早着時間	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて早く配送された平均時間を計算します。	平均早着時間
平均最大割り当て領域（体積）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て領域の体積を計算します。	平均最大体積額
平均最大割り当て領域（面積）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て領域の面積を計算します。	平均最大面積
平均最大割り当て領域（1次）	このメトリックはアイテムごとの最大割り当て一次領域を計算します。	平均一次最高数量
平均最小割り当て領域（体積）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て領域の体積を計算します。	平均最小体積額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均最小割り当て領域（面積）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て領域の面積を計算します。	平均最小面積
平均最小割り当て領域（1次）	このメトリックはアイテムごとの最小割り当て1次領域を計算します。	平均1次最小数量
平均特売価格	このメトリックは、特売総売上と販売した単位数に基づいて、特売アイテムの平均価格を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{特売売上単位})$
平均特売価格（ローカル）	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均特売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{特売売上高（ローカル）}] / \text{売上単位})$
平均純売価高	このメトリックは、純売上合計と販売した単位数に基づいて、平均売価高を計算します。	$((\text{売上高} - \text{返品高}) / (\text{売上単位} - \text{返品単位}))$
平均通常売上単位（期間・日単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を日ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・週単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を週ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・週単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を週ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・日単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を日ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上高（期間・日単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を日ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・日単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を日ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（前年）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（前年）（動的）	このメトリックは前年の評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売価高	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいて、平均通常売価高を計算します。	$(\text{通常売上高} / \text{通常売上単位})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均通常売価高（ローカル）	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均通常売価高を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{通常売上高（ローカル）}] / \text{売上単位})$
平均遅延日数	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて遅く配送された平均日数を計算します。	平均遅延日数
平均遅延時間	このメトリックは、発注日付または出荷通知に基づいて遅く配送された平均時間を計算します。	平均遅延時間
平均非特売売上高	このメトリックは特売品でないアイテムの平均価格を計算します。	$((\text{売上高} - \text{特売売上高}) / (\text{売上単位} - \text{特売売上単位}))$
店舗ごとの平均利益	このメトリックは、総利益と売上店舗数に基づいて店舗ごとの平均利益を計算します。	$(\text{利益} / \text{売上の店舗数})$
店舗ごとの平均利益（前年）	このメトリックは前年の店舗ごとの平均利益を週単位で計算します。	$([\text{利益（前年）}] / [\text{売上の店舗数（前年）}])$
店舗ごとの平均利益（前年） （ローカル）	このメトリックは前年の店舗ごとの平均利益を週単位で計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{利益（前年）（ローカル）}] / [\text{売上の店舗数（前年）}])$
店舗ごとの平均売上高	このメトリックは、総売上と売上店舗数に基づいて店舗ごとの平均売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(\text{売上高} / \text{売上の店舗数})$
店舗ごとの平均売上高（前年）	このメトリックは前年の店舗ごとの平均売上高を週単位で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([\text{売上高（前年）}] / [\text{売上の店舗数（前年）}])$
店舗ごとの平均売上高の対前年度変更率	このメトリックはロケーションレベルで店舗ごとの平均売上の前年に対する変動率を計算します。	$(\text{店舗ごとの平均売上高} - [\text{店舗ごとの平均売上高（前年）}])$
店舗のクーポン数	このメトリックでは、使用された店舗の（割引）クーポン数を数えます。	店舗のクーポン数
店舗のクーポン額	このメトリックでは、店舗で使用された（割引）クーポン額を計算します。	店舗のクーポン額
店舗の輸送	このメトリックでは、店舗の輸送回数を計算します。	店舗の輸送
店舗内のクリアランス値下げ高	このメトリックでは、店舗内のクリアランス値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗内のクリアランス値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の店舗内のクリアランス値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高	このメトリックでは、店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高	このメトリックでは、店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日の店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の特売値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の特売値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
店舗内の通常値下げ高	このメトリックでは、店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (シーズン累計)	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (前年)	このメトリックでは、前年の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (前週)	このメトリックでは、前週の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (年累計)	このメトリックでは、年初から選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (日)	このメトリックでは、1 日の店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (月累計)	このメトリックでは、期初から選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内の通常値下げ高 (週累計)	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの店舗内の通常値下げ売上を計算します。	店舗内の値下げ額
店舗内値下げ額の前年比変更率	このメトリックでは、店舗内値下げ売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$\frac{(\text{店舗内の値下げ高} - [\text{店舗内の値下げ高 (前年)}])}{[\text{店舗内の値下げ高 (前年)}]}$
店舗内通常値下げ額の前年比変更率	このメトリックでは、店舗内通常値下げ売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$\frac{(\text{店舗内の通常値下げ高} - [\text{店舗内の通常値下げ高 (前年)}])}{[\text{店舗内の通常値下げ高 (前年)}]}$
店舗数	このメトリックでは店舗の総数を数えます。	店舗数
従業員の割引額	このメトリックでは、従業員割引額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	従業員に対する総売上割引額
復帰伝票の数	このメトリックでは復帰伝票の数を計算します。	復帰伝票の数
復帰伝票高	このメトリックは復帰伝票高を最優先通貨で計算します。	復帰伝票高
手動入力したアイテムの数	このメトリックでは、手動で入力したアイテムの総数を計算します。	売上アイテムの手入力の数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
手動入力したアイテムの比率	このメトリックでは、手動入力したアイテムの比率を計算します。	$(\text{手動入力したアイテムの数} / (\text{スキャンしたアイテムの数} + \text{手動入力したアイテムの数}))$
手動入力したクレジットカードの数	このメトリックでは、手動で入力したクレジットカード取引の総数を計算します。	手動入力したクレジットカードの数
手動入力したクレジットカードの比率	このメトリックでは、手動入力したクレジットカード取引の比率を計算します。	$(\text{手動入力したクレジットカードの数} / (\text{手動入力したクレジットカードの数} + \text{スキャンしたクレジットカードの数}))$
手持ち在庫表示（アイテム、日）	このシステム表示は、指定したアイテムに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。	手持ち在庫数量
手持ち在庫表示（ロケーション）	このシステム表示は、指定したロケーションに関する照合可能な手持ち在庫リファレンスを取得するための在庫表を示します。	手持ち在庫数量
振替単位	このメトリックは振替の単位数量を計算します。	振替数量
振替原価高	このメトリックは振替原価高を計算します。	振替原価額
振替売価高	このメトリックは振替売価高を計算します。	振替売価額
換算レート	このメトリックは、店舗の取引数を店舗の輸送量で除算して取引の換算レートを計算します。	$((\text{合計取引数} / \text{店舗の輸送}) * 100)$
日に対する入札売上高の貢献度比率（MO）	このメトリックでは、入札総売上に対する入札売上の貢献度比率をロケーションごと、日ごとに計算します。	$(\text{入札売上高} / [\text{入札売上高} (\text{ロケーション、日}) (\text{MO})])$
日に対する入札返品高の貢献度比率（MO）	このメトリックでは、入札返品高の合計に対する入札返品高の貢献度比率をロケーションごと、日ごとに計算します。	$(\text{入札返品額} / [\text{入札返品額} (\text{ロケーション、日}) (\text{MO})])$
日数	このメトリックでは日数を数えます。	日数
日数（月）	このメトリックでは特定の月の合計日数を数えます。	日数
時間どおりの配送数	このメトリックでは、時間どおりに到着した配送の総数を計算します。	時間どおりの配送数
時間どおりの配送数（前年）	このメトリックでは、時間どおりに到着した前年の配送の総数を計算します。	時間どおりの配送数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
最大納入インボイス原価額	このメトリックでは、レポートで選択した取引先、アイテム、ロケーション、および日に対する取引先インボイスの最大原価を計算します。	最大納入インボイス原価額
最小納入インボイス原価額	このメトリックでは、レポートで選択した取引先、アイテム、ロケーション、および日に対する取引先インボイスの最小原価を計算します。	最小納入インボイス原価額
月に対する在庫切れ日数の比率	このメトリックでは、アイテムが在庫切れになった、または手持ち在庫単位が 0 以下になった時間（日数）の比率を計算します。	$(\text{在庫切れの日数} / [\text{日数}(\text{月})])$
月数	このメトリックでは期間の数を数えます。	月数
月次平均利益	このメトリックは、選択した期間の数期間にわたる利益を計算します。	$(\text{利益} / \text{月数})$
月次平均売上高	このメトリックは、選択した期間の数期間にわたる売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(\text{売上高} / \text{月数})$
期間終了日	このシステムメトリックでは、期間の終了日を計算します。	期間終了日
期間開始日	このシステムメトリックでは、期間の開始日を計算します。	期間開始日
期間開始日 - 店舗開始日	このシステムメトリックでは、期間の開始日と店舗の開始日との日数の差を計算します。	<code>ApplySimple("Case When #1 is Null Then (#0-#2) Else (#0-#1) End",期間開始日,開店日,期間開始日)</code>
未処理伝票数	このメトリックでは未処理伝票の数を計算します。	未処理伝票数
未処理伝票高	このメトリックは未処理伝票高を最優先通貨で計算します。	未処理伝票額
構成店舗利益	このメトリックは、構成店舗の合計利益を、構成店舗の返品による損失も含めて計算します。	利益額
構成店舗利益（前年）	このメトリックは、構成店舗の前年の週別合計利益を、構成店舗の前年の週別の返品による損失も含めて計算します。	利益額
構成店舗利益の前年比変更率	このメトリックでは、比較店舗の利益の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$(\text{構成店舗利益} / [\text{構成店舗利益}(\text{前年})])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
構成店舗売上の前年比変更率	このメトリックでは、比較店舗の売上高の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$\frac{((\text{構成店舗売上高} - [\text{構成店舗売上高 (前年)}]) / [\text{構成店舗売上高 (前年)}])}{1}$
構成店舗売上高	構成店舗の売上を計算します。比較期間の開始前の 53 週間オープンしていなかった店舗や、比較期間の終了時に既にクローズしていた店舗の売上は除外されます。	売上額
構成店舗売上高 (前年)	前年の構成店舗の売上を計算します。比較期間の開始前の 53 週間オープンしていなかった店舗や、比較期間の終了時に既にクローズしていた店舗の売上は除外されます。	売上額
為替通貨レート (MO)	このメトリックは、平均為替レートを計算します。	為替通貨レート
特売アイテムの比率	このメトリックでは、総売上に対する特売アイテムの比率を計算します。	$(\text{特売アイテム数} / [\text{販売アイテム数 (時間暦) (MO)}])$
特売アイテム数	このメトリックでは特売アイテムの数を数えます。	販売アイテム数
特売価格の変動 (競合他社の特売価格と比較)	このメトリックは、小売業者の平均特売価格と競合他社の特売価格の価格分散を計算します。	$((\text{特売売上高} / \text{特売売上単位}) - \text{競合他社平均特売価格})$
特売価格の変動率 (競合他社の特売価格と比較)	このメトリックでは、小売業者の平均特売価格とその競合他社の特売価格の間の変動率を計算します。	$(((\text{特売売上高} / \text{特売売上単位}) - \text{競合他社平均特売価格}) / \text{競合他社平均特売価格})$
特売値下げ高	このメトリックでは特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高 (シーズン累計)	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高 (前年)	このメトリックでは、前年の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高 (前週)	このメトリックでは、前週の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高 (年累計)	このメトリックでは、年初から選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高 (日)	このメトリックでは、1 日中の特売値下げ売上を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
特売値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの特売値下げ売上を計算します。	値下げ額
特売値下げ高 VAT	このメトリックでは、特売値下げの VAT 額を計算します。	[値下げ VAT 額]
特売値下げ高 VAT	このメトリックでは特売値下げ売上を計算します。	[値下げ VAT 額]
特売値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、特売値下げの売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{特売値下げ高} - [\text{特売値下げ高 (前年)}]) / [\text{特売値下げ高 (前年)}])$
特売値下げ高の現行計画比変動率	このメトリックでは、特売値下げ売上の計画に対する変動率を計算します。	$((\text{特売値下げ高} - \text{現行計画特売値下げ高}) / \text{現行計画特売値下げ高})$
特売利益率	このメトリックでは、特売返品による利益減を含む特売売上利益の特売売上に対する貢献度比率を計算します。	$(\text{特売利益高} / \text{特売売上高})$
特売利益高	このメトリックでは特売売上で得た利益を計算します。	利益額
特売割引率	このメトリックでは、特売アイテムの割引率を計算します。	$((\text{平均非特売売上高} - \text{平均特売価格}) / \text{平均非特売売上高})$
特売売上の店舗数	このメトリックでは特売店舗の数を数えます。	売上の店舗数
特売売上単位	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計単位数量を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
特売売上単位（アイテム）	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計数をアイテム別に計算します。	売上数量
特売売上単位（ロケーション）	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計数をロケーション別に計算します。	売上数量
特売売上率	このメトリックでは、総売上に対する特売売上の貢献度比率を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{売上高})$
特売売上高	このメトリックでは特売売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
特売売上高（ローカル）	このメトリックでは、特売売上高を店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
特売売上高（前年）	このメトリックでは特売売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
特売売上高の貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対する特売売上高の貢献度比率を計算します。	(特売売上高 / 売上高)
特売店舗の比率	このメトリックでは、総売上に対する特売店舗の比率を計算します。	(特売売上の店舗数 / [売上の店舗数（時間暦）(MO)])
現行計画 BOP 原価高	このメトリックは、選択した期間の期初の計画手持ち在庫の原価高を計算します。	[現行計画 BOP 原価額]
現行計画 BOP 売価高	このメトリックは、選択した期間の期初の計画手持ち在庫の売価高を計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高（カンパニー）	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、会社レベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高（クラス）	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、クラスレベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高（グループ）	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、グループレベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高（ディヴィジョン）	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、ディヴィジョンレベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 BOP 売価高（デパートメント）	このメトリックは、選択した期間の期初の現行計画手持ち在庫の売価高を、デパートメントレベルで計算します。	[現行計画 BOP 売価額]
現行計画 EOP 仕入れ原価高	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の原価高を計算します。	[現行計画 EOP 仕入れ原価額]
現行計画 EOP 仕入れ原価高（合計）	このメトリックは、選択した期間中の計画手持ち在庫の原価高を計算します。	[現行計画 EOP 仕入れ原価額]
現行計画 EOP 売価高	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画 EOP 売価高 (合計)	このメトリックは、選択した期間中の計画手持ち在庫の売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]
現行計画 EOP 売価高 (年累計)	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の年累計売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]
現行計画 EOP 売価高 (月累計)	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫の指定日までの期間の売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]
現行計画 EOP 売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックは、選択した期間の期末の計画手持ち在庫のシーズン累計売価高を計算します。	[現行計画 EOP 売価額]
現行計画 EOP 売価高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の終了時在庫高に対する現行計画の終了時在庫高の増加率または減少率を計算します。	$\frac{([現行計画 EOP 売価高] - [EOH 売価高 (前年)])}{[EOH 売価高 (前年)]}$
現行計画 GMROI	このメトリックは、現行計画粗利益高を現行計画平均在庫仕入れ額で除算して、現行計画商品投下資本粗利益率を計算します。	$([現行計画粗利益高] / [現行計画平均在庫仕入れ高])$
現行計画クリアランス値下げ高	このメトリックは、CP クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高 (前年)	このメトリックは、前年に関して、CP クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高 (年累計)	このメトリックは、年累計計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高 (月累計)	このメトリックは、指定日までの期間の計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画クリアランス値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックは、計画シーズン累計計画クリアランス値下げ高を計算します。	現行計画クリアランス値下げ額
現行計画コミットメント	このメトリックは、発注済みであるが未承認のアイテムの CP 金額を計算します。	現行計画コミットメント売価額
現行計画ベンダーに返品された単位	このメトリックは、何らかの理由でベンダーに返品される予定のアイテムの合計現行計画数量を計算します。	現行計画ベンダーに返品された数量
現行計画ベンダーに返品された売価高	このメトリックは、何らかの理由でベンダーに返品される予定のアイテムの合計現行計画売価額を計算します。	現行計画ベンダーに返品された売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画ロス額	このメトリックは、現行計画不足額（つまり現行計画ロス額）を計算します。	現行計画ロス売価額
現行計画値下げ率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の指定日までの年値下げ売上高の合計を現行計画の指定日までの年売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの年総値下げ率を計算します。	$\frac{([\text{現行計画値下げ高 (年累計)}]}{[\text{現行計画売上高 (年累計)}]})$
現行計画値下げ率（月累計）	現行計画の指定日までの期間値下げ売上高の合計を現行計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの期間総値下げ率を計算します。	$\frac{([\text{現行計画値下げ高 (月累計)}]}{[\text{現行計画売上高 (月累計)}]})$
現行計画値下げ率（計画シーズン累計）	現行計画の指定日までのシーズン計画値下げ売上高の合計を指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、現行計画の指定日までのシーズン計画総値下げ率を計算します。	$\frac{([\text{現行計画値下げ高 (計画シーズン累計)}]}{[\text{現行計画売上高 (計画シーズン累計)}]})$
現行計画値下げ高	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画値下げ高を計算します。	$((\text{現行計画クリアランス値下げ高} + \text{現行計画特売値下げ高}) + \text{現行計画通常値下げ高})$
現行計画値下げ高（前年）	このメトリックは、前年に関して、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画値下げ高を計算します。	$(([\text{現行計画クリアランス値下げ高 (前年)}] + [\text{現行計画特売値下げ高 (前年)}]) + [\text{現行計画通常値下げ高 (前年)}])$
現行計画値下げ高（年累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の年累計現行計画値下げ高を計算します。	$(([\text{現行計画クリアランス値下げ高 (年累計)}] + [\text{現行計画特売値下げ高 (年累計)}]) + [\text{現行計画通常値下げ高 (年累計)}])$
現行計画値下げ高（月累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の指定日までの期間の現行計画値下げ高を計算します。	$(([\text{現行計画クリアランス値下げ高 (月累計)}] + [\text{現行計画特売値下げ高 (月累計)}]) + [\text{現行計画通常値下げ高 (月累計)}])$
現行計画値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックは、クリアランス売上、特売売上、通常売上の計画シーズン累計現行計画値下げ高を計算します。	$(([\text{現行計画クリアランス値下げ高 (計画シーズン累計)}] + [\text{現行計画特売値下げ高 (計画シーズン累計)}]) + [\text{現行計画通常値下げ高 (計画シーズン累計)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画値下げ高の前年比変動率	このメトリックでは、前年の実際の値下げ売上に対する今年の現行計画の値下げ売上の増加率または減少率を週ごとに計算します。	$\frac{((\text{現行計画値下げ高} - [\text{現行計画値下げ高 (前年)}]) / [\text{現行計画値下げ高 (前年)}])}{[\text{現行計画値下げ高 (前年)}]}$
現行計画入荷売価高	このメトリックは、実際に入荷したアイテムの現行計画売価高を計算します。	現行計画入荷売価額
現行計画利益	このメトリックは、売上見込みに基づいて総計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（エリア）	このメトリックは、エリアレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（カンパニー）	このメトリックは、カンパニーレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（カンパニー）に対する現行計画利益の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの計画利益に対する計画利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{現行計画利益} / [\text{現行計画利益 (カンパニー)}])$
現行計画利益（チェーン）	このメトリックは、チェーンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ディストリクト）	このメトリックは、ディストリクトレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ディヴィジョン）	このメトリックは、ディヴィジョンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（デパートメント）	このメトリックは、デパートメントレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（デパートメント）に対する現行計画利益の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの計画利益に対する計画利益の貢献度比率を計算します。	$(\text{現行計画利益} / [\text{現行計画利益 (デパートメント)}])$
現行計画利益（リージョン）	このメトリックは、リージョンレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（ロケーション）	このメトリックは、ロケーションレベルで、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（前年）	このメトリックは、前年に関して、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額
現行計画利益（前週）	このメトリックは、前週に関して、売上見込みに基づいて計画利益を計算します。	現行計画利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画受入合計	このメトリックは、受取予定、発注中、コミットメント、受取見積を合計し、発注中のキャンセルを差し引いて、現行計画受入合計を計算します。	$(((((\text{現行計画入荷売価高} + \text{現行計画発注中売価高}) - \text{現行計画発注中キャンセル売価高}) + \text{現行計画コミットメント}) + \text{現行計画受取売価高}))$
現行計画受取単位	このメトリックは、受け取る予定の計画単位数量を計算します。	現行計画受取数量
現行計画受取原価高	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（年累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの年累計現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（月累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取原価高（計画シーズン累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムのシーズン累計現行計画原価高を計算します。	現行計画受取原価額
現行計画受取売価高	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画受取売価高（年累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画年累計売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画受取売価高（月累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの、指定日までの期間の現行計画売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画受取売価高（計画シーズン累計）	このメトリックは、入荷予定アイテムの現行計画シーズン累計売価高を計算します。	現行計画受取売価額
現行計画合計在庫値下げ	このメトリックは、現行計画売上、現行計画値下げ、現行計画ロス、現行計画のベンダーへの返品の合計を計算します。	$(((((\text{現行計画売上高} + \text{現行計画値下げ高}) + \text{現行計画ロス額}) + \text{現行計画ベンダーに返品された売価高}))$
現行計画在庫の週数	このメトリックでは、現行計画にしたがって計画在庫がゼロより大きい週の数数を数えます。	現行計画在庫の週数
現行計画在庫回転数	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(\text{現行計画売上高} / \text{現行計画平均在庫売価高})$
現行計画売上の週数	このメトリックでは、現行計画通常売上高がゼロより大きい週の数数を数えます。	現行計画売上の週数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上高	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画合計売上高を計算します。これは純返品量です。	現行計画売上額
現行計画売上高（エリア）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（カンパニー）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、カンパニーの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（クラス）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、クラスの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（グループ）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、グループの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（チェーン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計計画売上高をチェーンレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（ディストリクト）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計売上高をディストリクトレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（ディヴィジョン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計売上高をディストリクトレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（デパートメント）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、デパートメントの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画売上高（リージョン）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、合計計画売上高をリージョンレベルで計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（ロケーション）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、グループの現行計画合計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（供給の週数）	このメトリックは、現行計画の手持ち在庫高と選択した評価期間の平均売上に基づいて、供給の週数を計算します。	$([\text{現行計画 EOP 売価高}] / [\text{平均通常売上高 (期間・週単位)}])$
現行計画売上高（前年）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、前年の合計計画売上高を週別に計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（前週）	通常、クリアランス、特売の各計画売上に基づき、前週の合計計画売上高を週別に計算します。返品および VAT が含まれるかどうかはデータソースによって異なります。	現行計画売上額
現行計画売上高（年累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画年累計売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（月累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画月累計売上高を週別に計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画売上高（計画シーズン累計）	このメトリックは、通常売上額、クリアランス売上額、特売売上額に基づいて、現行計画シーズン累計売上高を計算します。これには返品は含まれません。	現行計画売上額
現行計画平均在庫仕入れ高	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(([\text{現行計画 BOP 原価高}] + [\text{現行計画 EOP 仕入れ原価高 (合計)}]) / (\text{現行計画在庫の週数} + 1))$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画平均在庫売価高	このメトリックは、現行計画平均在庫額を計算します。データは週/サブクラスレベル以上で利用できます。	$(([\text{現行計画 BOP 売価高}] + [\text{現行計画 EOP 売価高 (合計)}]) / (\text{現行計画在庫の週数} + 1))$
現行計画特売値下げ高	このメトリックは、計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高 (前年)	このメトリックは、前年に関して、現行計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高 (年累計)	このメトリックは、年累計計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高 (月累計)	このメトリックは、指定日までの期間の計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画特売値下げ高 (計画シーズン累計)	このメトリックは、指定日までの期間の計画特売値下げ高を計算します。	現行計画特売値下げ額
現行計画発注中キャンセル売価高	このメトリックは、現行計画キャンセル済み発注高を計算します。	現行計画発注がキャンセルされた売価額
現行計画発注中売価高	このメトリックは、発注された商品の現行計画売価高を計算します。	現行計画発注売価額
現行計画粗利益率 (年累計)	このメトリックでは、現行計画の指定日までの年粗利益額を現行計画の指定日までの年売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの年計画粗利益率を計算します。	$([\text{現行計画粗利益高 (年累計)}] / [\text{現行計画売上高 (年累計)}])$
現行計画粗利益率 (月累計)	このメトリックでは、現行計画の指定日までの期間粗利益額を現行計画の指定日までの期間売上高で割ることによって、現行計画の指定日までの期間粗利益率を計算します。	$([\text{現行計画粗利益高 (月累計)}] / [\text{現行計画売上高 (月累計)}])$
現行計画粗利益率 (計画シーズン累計)	現行計画の指定日までのシーズン計画粗利益額を現行計画の指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、現行計画の指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	$([\text{現行計画粗利益高 (計画シーズン累計)}] / [\text{現行計画売上高 (計画シーズン累計)}])$
現行計画粗利益額の前年比変動率	このメトリックでは、現行計画の粗利益額の前年からの増加率または減少率を計算します。	$((\text{現行計画粗利益高} - [\text{現行計画粗利益高 (前年)}]) / [\text{現行計画粗利益高 (前年)}])$
現行計画粗利益高	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
現行計画粗利益高（前年）	このメトリックは、前年に関して、現行計画総利益額に基づいて現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高（年累計）	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、年累計現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高（月累計）	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、指定日までの期間の現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画粗利益高（計画シーズン累計）	このメトリックは、現行計画総利益額に基づいて、計画シーズン累計現行計画粗利益高を計算します。	現行計画総利益額
現行計画累積値入率	このメトリックでは、現行計画の累積値入率を計算します。	現行計画累積値入額
現行計画通常値下げ高	このメトリックは、計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高（前年）	このメトリックは、前年に関して、現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高（年累計）	このメトリックは、年累計現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高（月累計）	このメトリックは、指定日までの期間の現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
現行計画通常値下げ高（計画シーズン累計）	このメトリックは、計画シーズン累計現行計画通常値下げ高を計算します。	現行計画通常値下げ額
発注どおりの配送数	このメトリックでは、発注品が全数入荷した配送の総数を計算します。これは発注どおりの配送数です。	発注どおりの配送数
発注どおりの配送数（前年）	このメトリックでは、発注品が全数入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注どおりの配送数です。	発注どおりの配送数
発注を不足した配送の数	このメトリックでは、発注品の一部が入荷した配送の総数を計算します。これは発注を不足した配送の数です。	発注を不足した配送の数
発注を不足した配送の数（前年）	このメトリックでは、発注品の一部が入荷した前年の配送の総数を計算します。これは発注を不足した前年の配送の数です。	発注を不足した配送の数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
発注を超過した配送の数	このメトリックでは、発注書の数量より多く入荷した配送の総数を計算します。これは発注を超過した配送の数です。	発注を超過した配送の数
発注を超過した配送の数 (前年)	このメトリックでは、発注書の数量より多く入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注を超過した配送の数です。	発注を超過した配送の数
発注中単位	このメトリックでは、発注中アイテムの単位数を計算します。	発注中数量
発注中原価高	このメトリックでは、発注中のアイテムの原価高を計算します。	発注中原価額
発注中売価高	このメトリックでは、発注中アイテムの売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高 (前年)	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度の売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高 (年累計)	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの年間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高 (年累計、前年)	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの年間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高 (月累計)	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの期間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高 (月累計、前年)	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの期間売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、発注中アイテムの指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	発注中売価額
発注中売価高 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックでは、発注中アイテムの前年度に関する指定日までの計画シーズン売価高を計算します。	発注中売価額
発注実行の評価	このメトリックでは、全発注数が入荷した場合の入荷済み合計配送数の比率に基づいて、発注実行の評価を計算します。	(発注どおりの配送数 / 発注配送数)
発注実行の評価 (前年)	このメトリックでは、全発注数が入荷した場合の入荷済み合計配送数の比率に基づいて、前年度の発注実行の評価を計算します。	([発注どおりの配送数 (前年)] / [発注配送数 (前年)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
発注実行評価の変動	このメトリックでは、前年度における発注実行評価の変動を計算します。	$((\text{発注実行の評価 (前年)}) / [\text{発注実行の評価 (前年)}])$
発注配送数	このメトリックでは、発注に応じて入荷した配送の総数を計算します。これは発注配送の数です。	$((\text{発注どおりの配送数} + \text{発注を不足した配送の数}) + \text{発注を超過した配送の数})$
発注配送数 (前年)	このメトリックでは、発注に応じて入荷した前年の配送の総数を計算します。これは前年の発注配送の数です。	$(([\text{発注どおりの配送数 (前年)}] + [\text{発注を不足した配送の数 (前年)}]) + [\text{発注を超過した配送の数 (前年)}])$
発行伝票数	このメトリックでは発行伝票の数を計算します。	発行伝票数
発行伝票高	このメトリックは発行伝票の合計額を最優先通貨で計算します。	発行伝票額
発行伝票高 (ローカル)	このメトリックは発行伝票の合計額を現地通貨で計算します。	$[\text{発行伝票額 (ローカル)}]$
発送単位予算	このメトリックでは、計画に基づいて発送用に残されている単位数量を計算します。	$(\text{現行計画受取単位} - [\text{EOH 単位}])$
発送高予算	このメトリックでは、計画に基づいて発送用に残されているアイテムの売価高を計算します。	$(\text{現行計画受取売価高} - [\text{EOH 売価高}])$
移動中の単位	このメトリックでは、現在移動中の在庫の単位数量を計算します。	移動中の原価数量
移動中の原価高	このメトリックでは、現在移動中の在庫の原価高を計算します。	移動中の原価高
移動中の売価高	このメトリックでは、現在移動中の在庫の売価高を計算します。	移動中の売価額
競合他社平均価格	このメトリックは競合他社の小売単価を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均価格 (ローカル)	このメトリックは競合他社の小売単価額を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$[\text{競合他社平均単位売価額 (ローカル)}]$
競合他社平均特売価格	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均特売価格 (ローカル)	このメトリックは競合他社の平均特売小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$[\text{競合他社平均単位売価額 (ローカル)}]$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
競合他社平均複数単位売価価格	このメトリックは複数単位売価額を計算します。	競合他社平均複数単位売価額
競合他社平均通常価格	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算します。	競合他社平均単位売価額
競合他社平均通常価格 (ローカル)	このメトリックは競合他社の平均通常小売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[競合他社平均単位売価額 (ローカル)]
粗利益率	このメトリックでは、週ごとの粗利益額を週ごとの売上高で割ることによって、粗利益率を週ごとに計算します。	(粗利益額 / 売上高)
粗利益率 (前年)	このメトリックでは、前年の粗利益額を前年の売上高で割ることによって、前年の粗利益率を週ごとに計算します。	([粗利益額 (前年)] / [売上高 (前年)])
粗利益率 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年粗利益高を指定日までの年売上高で割ることによって、指定日までの年粗利益率を計算します。	([粗利益額 (年累計)] / [売上高 (年累計)])
粗利益率 (年累計、前年)	このメトリックでは、前年の指定日までの年粗利益高を前年の指定日までの年計画売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	([粗利益額 (年累計、前年)] / [売上高 (年累計、前年)])
粗利益率 (月累計)	このメトリックでは、週ごとの指定日までの期間粗利益高を指定日までの期間売上高で割ることによって、指定日までの期間粗利益率を計算します。	([粗利益額 (月累計)] / [売上高 (月累計)])
粗利益率 (月累計、前年)	このメトリックでは、前年の指定日までの期間粗利益高を前年の指定日までの期間売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	([粗利益額 (月累計、前年)] / [売上高 (月累計、前年)])
粗利益率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズン粗利益高を指定日までのシーズン売上高で割ることによって、指定日までのシーズン計画粗利益率を計算します。	([粗利益額 (計画シーズン累計)] / [売上高 (計画シーズン累計)])
粗利益率 (計画シーズン累計、前年)	このメトリックでは、前年の指定日までのシーズン計画粗利益高を前年の指定日までのシーズン計画売上高で割ることによって、前年の指定日までの月粗利益率を週ごとに計算します。	([粗利益額 (計画シーズン累計、前年)] / [売上高 (計画シーズン累計、前年)])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
粗利益額	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	利益
粗利益額（前年）	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（前年）]
粗利益額（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（年累計）]
粗利益額（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの年粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（年累計、前年）]
粗利益額（月累計）	このメトリックでは、粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（月累計）]
粗利益額（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの期間の粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（月累計、前年）]
粗利益額（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズン粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づき、週ごとに計算します。	利益
粗利益額（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、指定日までの計画シーズン粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（計画シーズン累計、前年）]
粗利益額（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週粗利益額を、通常、クリアランス、および特売の利益額に基づいて計算します。	[利益（週累計）]
粗利益額のオリジナル計画との差	このメトリックは、今年の粗利益額とオリジナル計画の粗利益額の差を計算します。	(粗利益額 - オリジナル計画粗利益高)
粗利益額のオリジナル計画との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）とオリジナル計画の粗利益額（年累計）の差を計算します。	([粗利益額（年累計）] - [オリジナル計画粗利益高（年累計）])
粗利益額のオリジナル計画との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）とオリジナル計画の粗利益額（月累計）の差を計算します。	([粗利益額（月累計）] - [オリジナル計画粗利益高（月累計）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
粗利益額のオリジナル計画との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）とオリジナル計画の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（計画シーズン累計）}] - [\text{オリジナル計画粗利益高（計画シーズン累計）}])$
粗利益額の前年との差	このメトリックは、今年の粗利益額と前年の粗利益額の差を週ごとに計算します。	$(\text{粗利益額} - [\text{粗利益額（前年）}])$
粗利益額の前年との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）と前年の粗利益額（年累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（年累計）}] - [\text{粗利益額（年累計、前年）}])$
粗利益額の前年との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）と前年の粗利益額（月累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（月累計）}] - [\text{粗利益額（月累計、前年）}])$
粗利益額の前年との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）と前年の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（計画シーズン累計）}] - [\text{粗利益額（計画シーズン累計、前年）}])$
粗利益額の現行計画との差	このメトリックは、今年の粗利益額と現行計画の粗利益額の差を計算します。	$(\text{粗利益額} - \text{現行計画粗利益高})$
粗利益額の現行計画との差（年累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（年累計）と現行計画の粗利益額（年累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（年累計）}] - [\text{現行計画粗利益高（年累計）}])$
粗利益額の現行計画との差（月累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（月累計）と現行計画の粗利益額（月累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（月累計）}] - [\text{現行計画粗利益高（月累計）}])$
粗利益額の現行計画との差（計画シーズン累計）	このメトリックは、今年の粗利益額（計画シーズン累計）と現行計画の粗利益額（計画シーズン累計）の差を計算します。	$([\text{粗利益額（計画シーズン累計）}] - [\text{現行計画粗利益高（計画シーズン累計）}])$
純売上高に対するクリアランス値下げ高の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対するクリアランス値下げの純売上への貢献度比率を計算します。	$(\text{クリアランスの値下げ高} / \text{売上高})$
純売上高に対する特売値下げ高の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対する特売値下げの売上への貢献度比率を計算します。	$(\text{特売値下げ高} / \text{売上高})$
純売上高に対する通常値下げ額の貢献度比率	このメトリックでは、純売上に対する通常値下げの売上への貢献度比率を計算します。	$(\text{通常値下げ高} / \text{売上高})$
純売上高のオリジナル計画比変動率	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高に対する売上高の増加率または減少率を計算します。	$((\text{売上高} - \text{オリジナル計画売上高}) / \text{オリジナル計画売上高})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
純売上高のオリジナル計画比 変動率（年累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高 に対する売上高の指定日までの年増加率 または減少率を計算します。	$\frac{([売上高 (年累計)] - [オリジナル計画売上高 (年累計)])}{[オリジナル計画売上高 (年累計)]}$
純売上高のオリジナル計画比 変動率（月累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高 に対する売上高の指定日までの期間増加 率または減少率を計算します。	$\frac{([売上高 (月累計)] - [オリジナル計画売上高 (月累計)])}{[オリジナル計画売上高 (月累計)]}$
純売上高のオリジナル計画比 変動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、オリジナル計画の売上高 に対する売上高の指定日までのシーズン増 加率または減少率を計算します。	$\frac{([売上高 (計画シーズン累計)] - [オリジナル計画売上高 (計画シーズン累計)])}{[オリジナル計画売上高 (計画シーズン累計)]}$
純売上高の現行計画比 変動率	このメトリックでは、現行計画の売上高に 対する売上高の増加率または減少率を計 算します。	$\frac{([売上高] - [現行計画売上高])}{[現行計画売上高]}$
純売上高の現行計画比 変動率（年累計）	このメトリックでは、現行計画の売上高に 対する売上高の指定日までの年増加率また は減少率を計算します。	$\frac{([売上高 (年累計)] - [現行計画売上高 (年累計)])}{[現行計画売上高 (年累計)]}$
純売上高の現行計画比 変動率（月累計）	このメトリックでは、現行計画の売上高に 対する売上高の指定日までの期間増加率 または減少率を計算します。	$\frac{([売上高 (月累計)] - [現行計画売上高 (月累計)])}{[現行計画売上高 (月累計)]}$
純売上高の現行計画比 変動率（計画シーズン累計）	このメトリックでは、現行計画の売上高に 対する売上高の指定日までのシーズン増加 率または減少率を週ごとに計算します。	$\frac{([売上高 (計画シーズン累計)] - [現行計画売上高 (計画シーズン累計)])}{[現行計画売上高 (計画シーズン累計)]}$
総売上単位	このメトリックでは、合計売上単位数を、通 常、クリアランス、および特売の売上に基づ いて計算します。数量には返品が含まれていま せん。	総売上数量
総売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、ク リアランス、および特売の売上に基づき、合計 売上単位数を計算します。数量には返品が 含まれていません。	総売上数量
総売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、およ び特売の売上に基づき、総売上高を計算し ます。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、およ び特売の売上に基づき、総売上高をエリアレ ベルで計算します。金額には返品を含みま せん。	総売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総売上高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をカンパニーレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をカンパニーレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をクラスレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（クラス、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をクラスレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をグループレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をグループレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をチェーンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（ディヴィジョン、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、総売上高をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
総売上高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をデパートメントレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（デパートメント、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高をデパートメントレベルで計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンに関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額
総売上高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの計画シーズンに関して、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づき、総売上高を計算します。金額には返品を含みません。	総売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
製造業者平均インボイス仕入れ値額	このメトリックは、レポート用に選択した取引先、アイテム、ロケーション、日付の製造業者インボイス仕入れ値額の平均を計算します。	製造業者平均インボイス仕入れ値額
複数を対象とする単位売上	このメトリックでは、複数を対象とする単位数を計算します。	複数を対象とする単位売上
複数を対象とする売上取引数	このメトリックでは、複数のアイテムの売上があった取引の数を数えます。	複数を対象とする総売上数
見積 EOP 在庫額 (BOH)	このメトリックでは、実績 BOP 在庫額を使用して見積終了時在庫額を計算します。	$(([\text{BOH 売価高}] + \text{現行計画受入合計}) - (\text{現行計画合計在庫値下げ} + \text{現行計画粗利益高}))$
見積 EOP 在庫額 (現行計画 BOP)	このメトリックでは、現行計画 BOP 在庫額を使用して現行計画終了時在庫額を計算します。	$((([\text{現行計画 BOP 売価高}] + \text{現行計画受入合計}) - \text{現行計画合計在庫値下げ}) - \text{現行計画粗利益高})$
貢献度のポイント変更	このメトリックでは、前年度のカテゴリ売上に対するカテゴリ売上の貢献度の変更値を週別に計算します。	$(([\text{売上高} / [\text{売上高 (デパートメント)}]] - ([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (デパートメント、前年)}])))$
販売アイテム数	このメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を数えます。	販売アイテム数
販売アイテム数 (デパートメント) (MO)	このメトリックでは、フィルタやテンプレートに関係なく、特定のデパートメント内で販売されたすべてのアイテム数を計算します。	販売アイテム数
販売アイテム数 (時間暦) (MO)	このシステムメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を計算します。	販売アイテム数
販売員ごとの平均売上取引数 (MF)	このメトリックは、労働日 (MF) に販売員が処理した売上取引数の平均を計算します。	$([\text{売上取引数 (販売員) (MF)}] / [\text{作業日数 (販売員) (MF)}])$
販売日数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい店舗 (ロケーション) の数を数えます。	販売日数
買戻した伝票の数	このメトリックでは買戻した伝票の数を計算します。	買戻した伝票の数
買戻した伝票高	このメトリックは買戻した伝票の合計額を最優先通貨で計算します。	買戻した伝票高
買戻した伝票高 (ローカル)	このメトリックは買戻した伝票の合計額を現地通貨で計算します。	[買戻した伝票高 (ローカル)]
超過/不足金額	このメトリックでは、手形振出人の超過または不足金額を計算します。	[超過/不足金額]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品利益額	このメトリックでは返品による利益減を計算します。	返品利益額
返品単位	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位	このメトリックでは、任意の理由で取引先に返品したアイテムの合計数量を単位で計算します。	返品単位
返品単位（シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までのシーズンに関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（前週）	このメトリックでは、前週に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（日）	このメトリックでは、1 日に顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位（月累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの数量を計算します。	返品数量
返品単位（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位の比率	このメトリックでは、販売された単位の総数に基づいて、返品された売上単位の比率を計算します。	$(\text{返品単位} / \text{売上単位})$
返品原価高	このメトリックでは、任意の理由でベンダーに返品したアイテムの合計原価高を計算します。	返品原価額
返品取引数	このメトリックでは、返品が発生した取引の数を数えます。	返品取引数
返品売価高	このメトリックでは、任意の理由でベンダーに返品したアイテムの合計売価高を計算します。	返品売価額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品額の比率	このメトリックでは、販売された単位の総額に基づいて、返品された単位の金額の比率を計算します。	$(\text{返品高} / \text{売上高})$
返品高	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をエリアレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカンパニーレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカンパニーレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をクラスレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（クラス、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をクラスレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をグループレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をグループレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（シーズン累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をチェーンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ディヴィジョン、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をデパートメントレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（デパートメント、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をデパートメントレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ロケーション、時間暦（MO）	このシステムメトリックでは、選択した期間に返品されたアイテムの金額を取引売上に基づいて、ロケーション別に計算します。	返品額
返品高（ローカル）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[返品額（ローカル）]
返品高（前年）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（前週）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（年累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（日）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（月累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（週累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
通常価格の変動（競合他社の通常価格と比較）	このメトリックは、小売業者の平均通常小売価格と競合他社の通常小売価格の価格分散を計算します。	$((\text{通常売上高} / \text{通常売上単位}) - \text{競合他社平均通常価格})$
通常価格の変動率（競合他社の通常価格と比較）	このメトリックでは、小売業者の平均通常売価高とその競合他社の通常価格の間の変動率を計算します。	$((\text{通常売上高} / \text{通常売上単位}) - \text{競合他社平均通常価格}) / \text{競合他社平均通常価格}$
通常値下げ額の現行計画比変動率	このメトリックでは、通常値下げの売上の計画に対する変動率を計算します。	$((\text{通常値下げ高} - \text{現行計画通常値下げ高}) / \text{現行計画通常値下げ高})$
通常値下げ高	このメトリックでは通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（シーズン累計）	このメトリックでは、シーズンの初めから選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（前年）	このメトリックでは、前年の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（前週）	このメトリックでは、前週の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（年累計）	このメトリックでは、年初から選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
通常値下げ高（日）	このメトリックでは、1 日中の通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（月累計）	このメトリックでは、期初から選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高（週累計）	このメトリックでは、週の初めから選択した日までの通常値下げ売上を計算します。	値下げ額
通常値下げ高 VAT	このメトリックでは、通常値下げの VAT 額を計算します。	[値下げ VAT 額]
通常値下げ高 VAT	このメトリックでは通常値下げ売上を計算します。	[値下げ VAT 額]
通常値下げ高の前年比変更率	このメトリックでは、通常値下げの売上について今年と前年の間の変動率を計算します。	$((\text{通常値下げ高} - [\text{通常値下げ高 (前年)}]) / [\text{通常値下げ高 (前年)}])$
通常利益高	このメトリックでは通常売上で得た利益を計算します。	利益額
通常売上単位	このメトリックでは、売上通常価格アイテムの合計単位数量を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
通常売上高	このメトリックでは通常売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
通常売上高（ローカル）	このメトリックでは、通常売上高を店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
通常売上高（前年）	このメトリックでは通常売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
週に対する売上単位の貢献度比率（MF）	このメトリックでは、選択した期間内の取引単位総売上に対する単位売上の貢献度比率（MF）を計算します。	$(\text{売上単位} / [\text{売上単位 (ロケーション) (MF)}])$
週に対する売上単位の貢献度比率（前年）（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前年中に処理された全取引の売上高の合計に対する前年の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	$([\text{売上単位 (前年)}] / [\text{売上単位 (ロケーション、前年) (MF)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
週に対する売上単位の貢献度比率 (前週) (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前週中に処理された全取引の売上高の合計に対する前週の売上高の貢献度比率 (MF) を計算します。	$([\text{売上単位 (前週)}] / [\text{売上単位 (ロケーション、前週)}])$
週に対する売上取引数の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内に処理された取引総数に対する 1 日に処理された取引数の貢献度比率 (MF) を計算します。	$(\text{売上取引数} / [\text{売上取引数 (ロケーション) (MF)}])$
週に対する売上取引数の貢献度比率 (前年) (MF)	このメトリックでは、選択した期間の前年中に処理された取引総数に対する前年中の 1 日に処理された取引数の貢献度比率 (MF) を計算します。	$([\text{売上取引数 (前年)}] / [\text{売上取引数 (ロケーション、前年) (MF)}])$
週に対する売上取引数の貢献度比率 (前週) (MF)	このメトリックでは、選択した期間の前週中に処理された取引総数に対する前週中の 1 日に処理された取引数の貢献度比率 (MF) を計算します。	$([\text{売上取引数 (前週)}] / [\text{売上取引数 (ロケーション、前週) (MF)}])$
週に対する売上高の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率 (MF) を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (ロケーション) (MF)}])$
週に対する売上高の貢献度比率 (前年) (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前年中に処理された全取引の売上高の合計に対する前年の売上高の貢献度比率 (MF) を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (ロケーション、前年) (MF)}])$
週に対する売上高の貢献度比率 (前週) (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前週中に処理された全取引の売上高の合計に対する前週の売上高の貢献度比率 (MF) を計算します。	$([\text{売上高 (前週)}] / [\text{売上高 (ロケーション、前週) (MF)}])$
週数	このメトリックでは週の数数を数えます。	週数
週数 (前期)	このメトリックでは前期の週の数数を数えます。	週数
週数 (後期)	このメトリックでは後期の週の数数を数えます。	週数
週数 (期間)	このメトリックでは期間内の週の数数を数えます。	週数
週次平均 COGS (前期)	このメトリックは、前期の週次平均売上原価額を計算します。	$(([\text{売上高 (前期)}] - [\text{利益 (前期)}]) / [\text{週数 (前期)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
週次平均 COGS (後期)	このメトリックは、後期の週次平均売上原価額を計算します。	$(([\text{売上高 (後期)}] - [\text{利益 (後期)}]) / [\text{週数 (後期)}])$
週次平均 COGS (期間)	このメトリックは、ある期間の週次平均売上原価額を計算します。	$(([\text{売上高 (期間)}] - [\text{利益 (期間)}]) / [\text{週数 (期間)}])$
週次平均利益 (前期)	このメトリックは返品による利益減も含めて、前期の週次平均利益を計算します。	$([\text{利益 (前期)}] / [\text{週数 (前期)}])$
週次平均利益 (後期)	このメトリックは返品による利益減も含めて、後期の週次平均利益を計算します。	$([\text{利益 (後期)}] / [\text{週数 (後期)}])$
週次平均利益 (期間)	このメトリックは返品による利益減も含めて、ある期間の週次平均利益を計算します。	$([\text{利益 (期間)}] / [\text{週数 (期間)}])$
週次平均売上高 (前期)	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基いて、前期の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([\text{売上高 (前期)}] / [\text{週数 (前期)}])$
週次平均売上高 (後期)	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基いて、後期の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([\text{売上高 (後期)}] / [\text{週数 (後期)}])$
週次平均売上高 (期間)	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基いて、ある期間の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([\text{売上高 (期間)}] / [\text{週数 (期間)}])$
遅延配送数	このメトリックでは、遅延した配送の総数を計算します。	遅延配送数
遅延配送数 (前年)	このメトリックでは、遅延した前年の配送の総数を計算します。	遅延配送数
配送数	このメトリックでは、取引先によるターゲットどおりの配送、ターゲット超過の配送、ターゲット不足の配送、および不適切な配送の総数を計算します。	$(((\text{ターゲットどおりの配送数} + \text{ターゲット超過の配送数}) + \text{ターゲット不足の配送数}) + \text{不適切な配送の数})$
配送数 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、取引先によるターゲットどおりの配送、ターゲット超過の配送、ターゲット不足の配送、および不適切な配送の総数を計算します。	$(((\text{ターゲットどおりの配送数 (前年)} + \text{ターゲット超過の配送数 (前年)}) + \text{ターゲット不足の配送数 (前年)}) + \text{不適切な配送の数 (前年)})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
配送精度評価	このメトリックは、取引先の配送精度評価を、ターゲットどおりであった配送数、つまり予定された数量を受け取った配送数のパーセンテージに基づいて計算します。	$(\text{ターゲットどおりの配送数} / \text{配送数})$
配送精度評価（前年）	このメトリックは、前年の取引先の配送精度評価を、ターゲットどおりであった配送数、つまり予定された数量を受け取った配送数のパーセンテージに基づいて計算します。	$([\text{ターゲットどおりの配送数（前年）}] / [\text{配送数（前年）}])$
配送精度評価の変動	このメトリックは、取引先の配送精度評価における前年からの変動を計算します。	$((\text{配送精度評価} - [\text{配送精度評価（前年）}]) / [\text{配送精度評価（前年）}])$
配送遅延率	このメトリックでは、遅れて届いた配送の比率を計算します。	$(\text{遅延配送数} / ((\text{時間どおりの配送数} + \text{初期配送数}) + \text{遅延配送数}))$
閉店日	このシステムメトリックでは、閉店日の属性から別の日付を差し引くことができます。	閉店日
閉店日 - 期間終了日	このシステムメトリックでは、店舗の閉店日と期間の終了日の日数の差を計算します。	<code>ApplySimple("Case When #0 is Null Then ((#1-#2)+1) Else (#0-#2) End", 閉店日, 期間終了日, 期間終了日)</code>
開店日	このシステムメトリックでは、開店日の属性から別の日付を差し引くことができます。	開店日
陳列の日数	このメトリックではアイテムが陳列されている日数を数えます。	陳列の日数
集計日に対する時間別処理数の貢献度比率（MF）	このメトリックでは、選択した期間内にロケーションレベルで処理された日次取引の総数に対する時間別の処理取引数の貢献度比率（MF）を計算します。	$(\text{合計取引数} / [\text{合計取引数（ロケーション、日）（MF）}])$
1 次距離	このメトリックでは、割り当てられた面積を計算します。	一次数量
1 次距離（前年）	このメトリックでは、前年に割り当てられた面積を計算します。	一次数量
1 次距離の合計	このメトリックは、選択された期間に割り当てられた合計一次距離を計算します。	一次数量
1 次距離の合計（前年）	このメトリックは、前年の選択期間に割り当てられた合計一次距離を計算します。	一次数量

付録 H - 顧客ワークベンチメトリックリスト

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
エリアに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、エリアの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (エリア)}])$
カンパニーに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、カンパニーの総売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (カンパニー)}])$
カンパニーに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、カンパニーの総売上に対する売上高の貢献度比率を週ごとに計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (カンパニー、(前年))}])$
クラスに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、クラスの総売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (クラス)}])$
クラスに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、クラスの総売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (クラス、前年)}])$
クリアランスの利益高	このメトリックはクリアランス売上の利益を計算します。	利益額
クリアランスの売上単位	このメトリックは販売したクリアランス価格アイテムの総単位数を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
クリアランスの売上高	このメトリックはクリアランス売上高の合計を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
グループに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、グループの総売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (グループ)}])$
グループに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、グループの総売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (グループ、(前年))}])$
グループ売上高の貢献度率における対前年度変更率	このメトリックは今年のグループ総売上の貢献度率の前年に対する変化を計算します。	$(\text{グループに対する売上高の貢献度比率} - [\text{グループに対する売上高の貢献度比率 (前年)}])$
チェーンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、チェーンレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (チェーン)}])$
チェーンに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、チェーン売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (チェーン、(前年))}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
ディストリクトに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディストリクトレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ディストリクト)])
ディヴィジョンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、ディヴィジョンの総売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (ディヴィジョン)])
ディヴィジョンに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、ディヴィジョンの総売上に対する売上高の貢献度比率を週ごとに計算します。	([売上高 (前年)] / [売上高 (ディヴィジョン、(前年))])
デパートメントに対する利益の貢献度比率 (ローカル)	このメトリックでは、返品による利益減を含むデパートメントの総利益に対する利益の貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	([利益 (ローカル)] / [利益 (デパートメント) (ローカル)])
デパートメントに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (デパートメント)])
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する売上高の貢献度比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (デパートメント) (MF)])
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (ローカル)	このメトリックでは、デパートメントの総売上に対する貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	([売上高 (ローカル)] / [売上高 (デパートメント) (ローカル)])
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの総売上に対する売上高の貢献度比率を週ごとに計算します。	([売上高 (前年)] / [売上高 (デパートメント、前年)])
デパートメントに対する売上高の貢献度比率 (前年) (MF)	このメトリックでは、前年に関して、デパートメントの総売上に対する売上高の貢献度比率を日ごとに計算します。	([売上高 (前年)] / [売上高 (デパートメント、前年) (MF)])
デパートメント別収益率セグメント	各デパートメントに関して、各顧客から得た利益を計算し、顧客を十分位数で順位付けします。収益率が最も高い顧客をランク 1 とし、最も低い顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > (利益)
デパートメント別購入金額セグメント	各デパートメントに関して、顧客売上を計算し、顧客を売上額に応じて、十分位数で順位付けします。売上額が最も多い顧客をランク 1 とし、最も少ない顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > (売上高)
デパートメント別頻度セグメント	各デパートメントに関して、顧客の購入回数を数え、顧客を十分位数で順位付けします。購入回数が最も多かった顧客をランク 1 とし、最も少なかった顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 > (顧客購買頻度のカウント)

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
リージョンに対する売上高の貢献度比率	このメトリックでは、リージョンレベルでの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (リージョン)}])$
ロイヤルティプログラム顧客数	このメトリックでは、ロイヤルティプログラムのメンバーである顧客の数を計算します。	顧客数
ロイヤルティプログラム顧客比率	このメトリックでは、ロイヤルティプログラムのメンバーである顧客の全顧客に対する比率を計算します。	$(\text{ロイヤルティプログラム顧客数} / \text{顧客数})$
ロケーションに対する売上単位の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上単位} / [\text{売上単位 (ロケーション、日) (MF)}])$
ロケーションに対する売上高の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (ロケーション、日) (MF)}])$
ロケーションに対する売上高の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内に処理されたロケーションの売上高の合計に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (ロケーション、時間暦) (MO)}])$
ロケーションに対する返品額の貢献度比率 (MO)	このメトリックでは、選択した期間内にあるロケーションで返品されたアイテムの総額に対する返品額の貢献度比率を計算します。	$(\text{返品高} / [\text{返品高 (ロケーション、時間暦) (MO)}])$
ロケーション別売上高の前年比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、店舗ごとの平均売上の前年からの変動率を週ごとに計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$((([\text{売上高 (ローカル)}] / \text{売上の店舗数}) - ([\text{売上高 (前年) (ローカル)}] / [\text{売上の店舗数 (前年)}])) / ([\text{売上高 (前年) (ローカル)}] / [\text{売上の店舗数 (前年)}]))$
利益	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（すべて）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。このメトリックはフィルタを無視します。	利益額
利益（アイテム）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、アイテムレベルで計算します。	利益額
利益（アイテム）(MF)	このメトリックでは売上で得た利益をアイテムレベルで計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（アイテム、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、アイテムレベルで週別に計算します。	利益額
利益（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、エリアレベルで計算します。	利益額
利益（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、カンパニーレベルで計算します。	利益額
利益（カンパニー、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上から得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、カンパニーレベルで週別に計算します。	利益額
利益（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、クラスレベルで計算します。	利益額
利益（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、グループレベルで計算します。	利益額
利益（サブクラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、セグメントレベルで計算します。	利益額
利益（シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の指定日までのシーズンの合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、チェーンレベルで計算します。	利益額
利益（ディストリクト）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、ディストリクトレベルで計算します。	利益額
利益（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、ディヴィジョンレベルで計算します。	利益額
利益（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（デパートメント）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上から得た合計利益をデパートメントレベルで計算し、現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（デパートメント）MF	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで計算します。	利益額
利益（デパートメント、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで週別に計算します。	利益額
利益（デパートメント、前年）MF	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の売上で得た前年の利益（返品による利益減を含む）を、デパートメントレベルで週別に計算します。	利益額
利益（リージョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、リージョンレベルで計算します。	利益額
利益（ロケーション）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、リージョンレベルで計算します。	利益額
利益（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を週別に計算します。	利益額
利益（前年）（ローカル）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]
利益（前期）	このメトリックでは、選択した前期の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（前週）	このメトリックでは、前週に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を週別に計算します。	利益額
利益（前週）（ローカル）	このメトリックでは、前週に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た合計利益（返品による利益減を含む）を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[利益額（ローカル）]

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（年累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの年の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（後期）	このメトリックでは、選択した後期の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（時間）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。これは時間も入力するように促します。	利益額
利益（時間、特売）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を、時間と特売にフィルタをかけて計算します。	利益額
利益（月累計）	このメトリックでは、指定日までの月の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（月累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの期間の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（期間）	このメトリックでは、選択した期間の利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（計画シーズン累計）	このメトリックでは、指定日までの計画シーズンの通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の売上で得た指定日までの計画シーズンの合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週の通常、クリアランス、および特売の合計利益（返品による利益減を含む）を計算します。	利益額
利益（顧客）	このメトリックでは利益を顧客レベルで計算します。	利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
利益（顧客）(MO)	このメトリックでは、テンプレートとフィルタにある他の全属性を無視して、利益を顧客レベルで計算します。	利益額
利益の前年比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前年からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表します。	$\frac{([利益 (ローカル)] - [利益 (前年) (ローカル)])}{[利益 (前年) (ローカル)]}$
利益の前週比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の前週からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表します。	$\frac{([利益 (ローカル)] - [利益 (前週) (ローカル)])}{[利益 (前週) (ローカル)]}$
利益率	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益] / [売上高])$
利益率（アイテム）(MF)	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (アイテム) (MF)] / [売上高 (アイテム) (MF)])$
利益率（ローカル）	このメトリックでは、返品による利益減を含む売上利益の売上に対する貢献度比率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([利益 (ローカル)] / [売上高 (ローカル)])$
利益率（前年）	このメトリックでは、前年に関して、返品による利益減を含む利益売上の売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (前年)] / [売上高 (前年)])$
利益率（前週）	このメトリックでは、返品による利益減を含む利益の前週の売上に対する貢献度比率を週ごとに計算します。	$([利益 (前週)] / [売上高 (前週)])$
利益率（年累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの年売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (年累計)] / [売上高 (年累計)])$
利益率（月累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの期間売上に対する貢献度比率を計算します。	$([利益 (月累計)] / [売上高 (月累計)])$
利益率（週累計）	このメトリックでは、返品による利益減を含む指定日までの年売上利益の指定日までの週売上に対する貢献度比率を日ごとに計算します。	$([利益 (週累計)] / [売上高 (週累計)])$
前週に対する売上単位の 貢献度比率	このメトリックでは、前週の売上単位に対する売上単位の貢献度比率を計算します。	$([売上単位] / [売上単位 (前週)])$
前週に対する売上高の貢 献度比率	このメトリックでは、前週の売上高に対する売上高の貢献度比率を計算します。	$([売上高] / [売上高 (前週)])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
割引特売応答比率	割引特売に対する応答比を計算します。結果の過大評価を防止するため差し引かれます。潜在的な利益を分析し利益の可能性のある 5 分位数によるグループ分けの見積りに使用します。	(特売応答比率 * (? 割引金額率 * .01))
単位ごとの平均売上高	このメトリックは単位ごとの平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	((売上高 - 返品高) / (売上単位 - 返品単位))
収益率セグメント	このメトリックでは、各顧客から得た利益を計算し、顧客を十分位数で順位付けします。収益率が最も高い顧客をランク 1 とし、最も低い顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 > (利益)
収益率セグメント (すべて)	顧客による最初の購入日以降に各顧客から得た利益を計算し、顧客を十分位数で順位付けします。収益率が最も高い顧客をランク 1 とし、最も低い顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > ([利益 (すべて)])
収益率セグメント (時間)	各顧客から得た利益を計算し、顧客を十分位数で順位付けします。収益率が最も高い顧客をランク 1 とし、最も低い顧客をランク 10 とします。時間も入力します。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > ([利益 (時間)])
収益率セグメント (時間、特売)	このメトリックでは、各顧客から得た利益を計算し、顧客を十分位数で順位付けします。収益率が最も高い顧客をランク 1 とし、最も低い顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > ([利益 (時間、特売)])
収益率セグメント (顧客)	このメトリックでは、各顧客から得た利益を計算し、顧客を十分位数で順位付けします。収益率が最も高い顧客をランク 1 とし、最も低い顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > ([利益 (顧客) (MO)])
収益率義務不履行値	このメトリックでは、顧客の義務不履行の可能性を把握するために、現在と平均の収益率セグメント間の差を計算します。	(収益率セグメント - [収益率セグメント (すべて)])
取引ごとの平均売上単位	このメトリックは売上単位合計と売上取引数に基づいて取引ごとの平均売上単位を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	(売上単位 / 売上取引数)
取引ごとの平均売上高	このメトリックは総売上と売上取引数に基づいて取引ごとの平均売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	(売上高 / 売上取引数)
取引顧客数	このメトリックでは取引がある顧客数を数えます。	取引顧客数

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
増加利益	このメトリックでは、増加利益を期間利益、前期利益、および後期利益に基づいて計算します。	$(((\text{利益 (期間)} / [\text{週数 (期間)}]) - (\text{利益 (前期)} / [\text{週数 (前期)}])) + (\text{利益 (後期)} / [\text{週数 (後期)}]) - (\text{利益 (前期)} / [\text{週数 (前期)}]))$
増加売上高	このメトリックでは、増加売上高を期間利益、前期利益、および後期利益に基づいて計算します。	$(((\text{売上高 (期間)} / [\text{週数 (期間)}]) - (\text{売上高 (前期)} / [\text{週数 (前期)}])) + ((\text{売上高 (後期)} / [\text{週数 (後期)}]) - (\text{売上高 (前期)} / [\text{週数 (前期)}]))$
売上の店舗数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を数えます。	売上の店舗数
売上の店舗数（前年）	このメトリックでは、前年の 1 日の売上高がゼロより大きい店舗（ロケーション）の数を、セグメント、ロケーション、および日のレベルで数えます。	売上の店舗数
売上の店舗数（時間暦）（MO）	このシステムメトリックでは、売上があった店舗（ロケーション）の数を計算します。	売上の店舗数
売上の週数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	売上の週数
売上の週数（前年）	このメトリックでは、前年に関して、売上高がゼロより大きい週の数を数えます。	売上の週数
売上単位	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（アイテム）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、アイテムレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（エリア、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（エリア、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、エリアレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年度のカンパニー合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基いて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（カンパニー、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、カンパニーレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（クラス）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、クラスレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（グループ）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、グループレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（シーズン累計）	指定日までのシーズンに関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基いて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（セグメント）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、セグメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（チェーン、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売単位売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（チェーン、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上に基づき、チェーンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上に基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト、前年）	前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディストリクト、前週）	前週に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ディヴィジョン）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、ディヴィジョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上に基づき、デパートメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント、前年）	前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、デパートメントレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（デパートメント、前週）	このメトリックでは、前週に関して、デパートメントの合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（リージョン）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（リージョン、前年）	前年に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（リージョン、前週）	前週に関して、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、リージョンレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション）	このメトリックでは、合計売上単位数を通常、クリアランス、および特売売上にに基づき、ディストリクトレベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション）（MF）	このメトリックでは、選択した期間（MF）の合計売上単位をロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション、前年）（MF）	このメトリックでは、選択した期間（MF）の前年の合計売上単位を、ロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション、前週）（MF）	このメトリックでは、選択した期間（MF）の前週の合計売上単位を、ロケーション別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（ロケーション、日）（MF）	通常、クリアランス、特売売上の合計単位を、ロケーションと日レベルで計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。テンプレートも考慮しません。	売上数量
売上単位（前年）	このメトリックでは、前年に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上にに基づき、週別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前月）	このメトリックでは、前期に関して、合計売上単位を、通常、クリアランス、および特売の売上にに基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（前期）	このメトリックでは、選択した前期の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上単位（前週）	このメトリックでは、前週に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づき、週別に計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（年累計）	このメトリックでは、指定日までの年の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（後期）	このメトリックでは、選択した後期の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（日）	このメトリックでは、1 日に関して、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（時間、組織）	このメトリックでは、合計売上単位数を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（月累計）	このメトリックでは、指定日までの期間の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（期間）	このメトリックでは、選択した期間の合計単位売上を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週の売上を、通常、クリアランス、および特売の単位売上に基づいて計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
売上単位の前年比変更率	このメトリックでは、単位売上の前年からの変動率を週ごとに計算します。	$((\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前年)}]) / [\text{売上単位 (前年)}])$
売上単位の前月比変動	このメトリックは、売上単位における前月との差を計算します。	$(\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前月)}])$
売上単位の前月比変更率	このメトリックでは、売上単位の前月からの変動率を計算します。	$((\text{売上単位} - [\text{売上単位 (前月)}]) / [\text{売上単位 (前月)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上原価	このメトリックは、売上原価を計算します。売上原価は、売上から売上による利益と返品による損失を差し引いたものとして定義されています。	(売上高 - 利益)
売上原価 (前年)	このメトリックは、前年の売上原価を週ごとに計算します。	([売上高 (前年)] - [利益 (前年)])
売上原価 (前期)	このメトリックは、前期の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	([売上高 (前期)] - [利益 (前期)])
売上原価 (後期)	このメトリックは、後期の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	([売上高 (後期)] - [利益 (後期)])
売上原価 (期間)	このメトリックは、期間の売上と、売上による利益、返品による損失の差に基づいて売上原価を計算します。	([売上高 (期間)] - [利益 (期間)])
売上取引数	このメトリックでは、売上があった取引の数を数えます。	売上取引数
売上高	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を VAT を含めて計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高 (WTD、前年)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高 (すべて)	通常、クリアランス、特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。フィルタ (MT) は無視します。	売上額
売上高 (アイテム)	このメトリックでは、指定アイテムの通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高 (アイテム) (MF)	このメトリックでは、指定アイテムの通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高 (アイテム、(前年))	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前年度のアイテム売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（アイテム、取引先）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を取引先別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をエリアレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、エリア売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（エリア、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、エリア売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をカンパニーレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー、(前年)）	このメトリックでは、前年度のカンパニー合計売上高を、通常、クリアランス、および特売の売上に基づいて計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（カンパニー、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をクラスレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（クラス、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上の合計高をクラスレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をグループレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（グループ、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、グループ売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までのシーズンの売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をチェーンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、チェーン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（チェーン、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、チェーン売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をディストリクトレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、ディストリクト売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディストリクト、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、ディストリクト売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をディヴィジョンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ディヴィジョン、（前年））	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、ディヴィジョン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ディヴィジョン、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をデパートメントレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント）(MF)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をデパートメントレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント）(ローカル)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をデパートメントレベルで計算し、店舗の現地通貨で表示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（デパートメント、前年）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基いて、デパートメント売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント、前年）(MF)	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基いて、デパートメント売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（デパートメント、前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の前週の合計高をデパートメント別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をリージョンレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン、(前年)）	このメトリックでは、前年度の通常、クリアランス、および特売売上に基いて、リージョン売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（リージョン、前週）	このメトリックでは、前週の通常、クリアランス、および特売売上に基いて、リージョン売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（ロケーション）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高をロケーションレベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション）(MF)	このメトリックでは、選択期間中（MF）の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前年）(MF)	このメトリックでは、選択期間内（MF）の最終年度の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、前週）(MF)	このメトリックでは、選択期間内（MF）の最後の週の売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ロケーション、日）(MF)	通常、クリアランス、特売売上の合計高を、ロケーションおよび日次レベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。テンプレートも考慮しません。	売上額
売上高（ロケーション、時間暦）(MO)	このシステムメトリックでは、選択期間中のアイテムの売上合計高をロケーション別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基いて、前年度の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前年）(ローカル)	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、前年度の店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（前月）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基いて、前期の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（前期）	このメトリックでは、選択した前期の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前週）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、前週の売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（前週）（ローカル）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を、前週の店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
売上高（年累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの年間の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（年累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（後期）	このメトリックでは、選択した後期の通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（時間）	通常、クリアランス、特売売上の合計を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。条件として付加される時間が表示されるので、時間でのフィルタもできます。	売上額
売上高（月累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの期間の売上合計高を週別に計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（月累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（期間）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、選択期間の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上の合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（週累計）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売売上に基づいて、指定日までの週の売上合計高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高（顧客）(MO)	通常、クリアランス、特売売上の合計を顧客レベルで計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。テンプレートおよびフィルタの他のすべての属性を無視します。	売上額
売上高に対するクリアランスの貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対するクリアランス売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{クリアランスの売上高} / \text{売上高})$
売上高に対する通常の貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対する通常売上高の貢献度比率を計算します。	$(\text{通常売上高} / \text{売上高})$
売上高の前年比変更率	このメトリックでは、売上高の前年からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高 (前年)}]) / [\text{売上高 (前年)}])$
売上高の前年比変更率 (シーズン累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までのシーズン変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (シーズン累計)}] - [\text{売上高 (シーズン累計、前年)}]) / [\text{売上高 (シーズン累計、前年)}])$
売上高の前年比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、売上高の前年からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$(([\text{売上高 (ローカル)}] - [\text{売上高 (前年) (ローカル)}]) / [\text{売上高 (前年) (ローカル)}])$
売上高の前年比変更率 (年累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までの年変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (年累計)}] - [\text{売上高 (年累計、前年)}]) / [\text{売上高 (年累計、前年)}])$
売上高の前年比変更率 (月累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までの期間変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (月累計)}] - [\text{売上高 (月累計、前年)}]) / [\text{売上高 (月累計、前年)}])$
売上高の前年比変更率 (計画シーズン累計)	このメトリックでは、売上高の前年からの指定日までのシーズン計画変動率を計算します。	$(([\text{売上高 (計画シーズン累計)}] - [\text{売上高 (計画シーズン累計、前年)}]) / [\text{売上高 (計画シーズン累計、前年)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
売上高の前月比変動	このメトリックは、売上高における前月との差を計算します。	$(\text{売上高} - [\text{売上高 (前月)}])$
売上高の前月比変更率	このメトリックでは、売上高の前期からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高 (前月)}]) / [\text{売上高 (前月)}])$
売上高の前週比変更率	このメトリックでは、売上高の前週からの変動率を計算します。	$((\text{売上高} - [\text{売上高 (前週)}]) / [\text{売上高 (前週)}])$
売上高の前週比変更率 (ローカル)	このメトリックでは、売上高の前週からの変動率を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$(([\text{売上高 (ローカル)}] - [\text{売上高 (前週) (ローカル)}]) / [\text{売上高 (前週) (ローカル)}])$
売上高の対前年度変更率	このメトリックは前年の売上高との差を週別に計算します。	$(\text{売上高} - [\text{売上高 (前年)}])$
売上高表示 (アイテム)	このシステム表示は、指定したアイテムに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (アイテム、ロケーション、日) (MO)	指定した日、アイテム、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (アイテム、ロケーション、週) (MO)	指定したアイテム、週、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (ロケーション)	このシステム表示は、指定したロケーションに関する照合可能な売上リファレンスを取得するための売上表を示します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (ロケーション、(前年)) (MO)	指定したアイテム、週、ロケの照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
売上高表示 (前年) (MO)	指定セグメントおよびロケの前年度の週別の照合可能な売上リファレンスを取得する売上表です。デフォルトはメトリックディメンションのみです。金額は純返品量です。	売上額
平均利益	このメトリックは、売上利益の平均から返品による利益減の平均を引いた値を計算します。	平均利益額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均売上利益	このメトリックは平均売上利益を計算します。金額には返品を含みません。	平均売上利益額
平均売上利益（前年）	このメトリックは前年の平均売上利益を計算します。金額には返品を含みません。	平均売上利益額
平均売上高	このメトリックは平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	平均売上高
平均売上高（前年）	このメトリックは前年の平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	平均総売上高
平均売価高	このメトリックは、総売上と販売した単位数に基づいて、平均売価高を計算します。	$(\text{売上高} / \text{売上単位})$
平均売価高（ローカル）	このメトリックは、総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均売価高を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{売上高 (ローカル)}] / \text{売上単位})$
平均売価高（年累計）	このメトリックはアイテムの年累計平均売価高を計算します。	$([\text{売上高 (年累計)}] / [\text{売上単位 (年累計)}])$
平均売価高（月累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均売価高を週ごとに計算します。	$([\text{売上高 (月累計)}] / [\text{売上単位 (月累計)}])$
平均売価高（週累計）	このメトリックはアイテムの期間累計平均売価高を日ごとに計算します。	$([\text{売上高 (週累計)}] / [\text{売上単位 (週累計)}])$
平均特売価格	このメトリックは、特売総売上と販売した単位数に基づいて、特売アイテムの平均価格を計算します。	$(\text{特売売上高} / \text{特売売上単位})$
平均特売価格（ローカル）	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均特売価格を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{特売売上高 (ローカル)}] / \text{売上単位})$
平均純売価高	このメトリックは、純売上合計と販売した単位数に基づいて、平均売価高を計算します。	$((\text{売上高} - \text{返品高}) / (\text{売上単位} - \text{返品単位}))$
平均通常売上単位（期間・日単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を日ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・週単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を週ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・週単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を週ごとに計算します。	平均総売上量
平均通常売上単位（期間・日単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上単位を日ごとに計算します。	平均総売上量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
平均通常売上高（期間・日単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を日ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・日単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を日ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（前年）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（前年）（動的）	このメトリックは前年の評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売上高（期間・週単位）（動的）	このメトリックは評価期間の平均通常売上高を週ごとに計算します。	平均総売上高
平均通常売価高	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいて、平均通常売価高を計算します。	(通常売上高 / 通常売上単位)
平均通常売価高（ローカル）	このメトリックは、通常総売上と販売した単位数に基づいてアイテムの平均通常売価高を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	([通常売上高（ローカル）] / 売上単位)
平均非特売売上高	このメトリックは特売品でないアイテムの平均価格を計算します。	((売上高 - 特売売上高) / (売上単位 - 特売売上単位))
年別収益率セグメント	各年に関して、各顧客から得た利益を計算し、顧客を十分位数で順位付けします。収益率が最も高い顧客をランク 1 とし、最も低い顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > (利益)
年別収益率セグメント（時間）	各年で各顧客から得た利益を計算し、十分位数で順位付けします。収益率が最も高い顧客をランク 1 とし、最も低い顧客をランク 10 とします。時間も入力します。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > ([利益（時間）])
年別購入金額セグメント	各年に関して、顧客売上を計算し、顧客を売上額に応じて、十分位数で順位付けします。売上額が最も多い顧客をランク 1 とし、最も少ない顧客をランク 10 とします。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > (売上高)
年別購入金額セグメント（時間）	各年で顧客売上を計算し、顧客を売上額に応じて、十分位数で順位付けします。売上額が最も多い顧客をランク 1 とし、最も少ない顧客をランク 10 とします。時間も入力します。	NTile < Tiles=10 , Ascending=0 > ([売上高（時間）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
年別頻度セグメント	顧客の購入回数を数え、顧客を年ごとに十分位数で順位付けします。購入回数が最も多かった顧客をランク 1 とし、最も少なかった顧客をランク 10 とします。	$\text{NTile} < \text{Tiles}=10 > (\text{顧客購買頻度のカウン})$
年別頻度セグメント (時間)	顧客の購入回数を数え、顧客を年ごとに十分位数で順位付けします。購入回数が最も多かった顧客をランク 1 とし、最も少なかった顧客をランク 10 とします。時間も入力します。	$\text{NTile} < \text{Tiles}=10 > ([\text{顧客購買頻度のカウン (時間指定)})]$
店舗ごとの平均利益	このメトリックは、総利益と売上店舗数に基づいて店舗ごとの平均利益を計算します。	$(\text{利益} / \text{売上の店舗数})$
店舗ごとの平均利益 (前年)	このメトリックは前年の店舗ごとの平均利益を週単位で計算します。	$([\text{利益 (前年)}] / [\text{売上の店舗数 (前年)}])$
店舗ごとの平均利益 (前年) (ローカル)	このメトリックは前年の店舗ごとの平均利益を週単位で計算し、店舗の現地通貨で表示します。	$([\text{利益 (前年) (ローカル)}] / [\text{売上の店舗数 (前年)}])$
店舗ごとの平均売上高	このメトリックは、総売上と売上店舗数に基づいて店舗ごとの平均売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$(\text{売上高} / \text{売上の店舗数})$
店舗ごとの平均売上高 (前年)	このメトリックは前年の店舗ごとの平均売上高を週単位で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上の店舗数 (前年)}])$
店舗ごとの平均売上高の対前年度変更率	このメトリックはロケーションレベルで店舗ごとの平均売上の前年に対する変動率を計算します。	$(\text{店舗ごとの平均売上高} - [\text{店舗ごとの平均売上高 (前年)}])$
店舗数	このメトリックでは店舗の総数を数えます。	店舗数
従業員の割引額	このメトリックでは、従業員割引額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	従業員に対する総売上割引額
日数	このメトリックでは日数を数えます。	日数
日数 (月)	このメトリックでは特定の月の合計日数を数えます。	日数
月平均頻度	このメトリックは顧客の期間平均頻度値を計算します。	$(\text{顧客購買頻度のカウン} / \text{月数})$
月数	このメトリックでは期間の数を数えます。	月数
月次平均利益	このメトリックは、選択した期間の数期間にわたる利益を計算します。	$(\text{利益} / \text{月数})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
月次平均売上高	このメトリックは、選択した期間の数期間にわたる売上を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	(売上高 / 月数)
為替通貨レート (MO)	このメトリックは、平均為替レートを計算します。	為替通貨レート
特売のために発送された個々の送料	このメトリックは、顧客ごとの特売の配送原価を計算します。	メールに対する特売コスト
特売のために発送された個数	このメトリックは、指定された特売のために発送された個数をカウントするためのものです。各顧客が一度だけ勧誘を受けることを前提としています。	特売のターゲット顧客数
特売アイテムの比率	このメトリックでは、総売上に対する特売アイテムの比率を計算します。	(特売アイテム数 / [販売アイテム数 (時間暦) (MO)])
特売アイテム数	このメトリックでは特売アイテムの数を数えます。	販売アイテム数
特売コントロールグループカウント	このメトリックでは、特売通知を郵送しなかったコントロールグループの顧客数を数えます。	特売のターゲット顧客数
特売利益率	このメトリックでは、特売返品による利益減を含む特売売上利益の特売売上に対する貢献度比率を計算します。	(特売利益高 / 特売売上高)
特売利益高	このメトリックでは特売売上で得た利益を計算します。	利益額
特売割引率	このメトリックでは、特売アイテムの割引率を計算します。	((平均非特売売上高 - 平均特売価格) / 平均非特売売上高)
特売反応個数	このメトリックでは、特売に反応した特売メールリストの顧客数を計算します。	特売のターゲット顧客数
特売反応個数 (コントロールグループ)	このメトリックでは、特売メールリストには含まれていないが、特売に反応したコントロールグループの顧客の数を計算します。	特売のターゲット顧客数
特売売上の店舗数	このメトリックでは特売店舗の数を数えます。	売上の店舗数
特売売上単位	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計単位数量を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
特売売上単位 (アイテム)	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計数をアイテム別に計算します。	売上数量
特売売上単位 (ロケーション)	このメトリックでは、売上特売価格アイテムの合計数をロケーション別に計算します。	売上数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
特売売上率	このメトリックでは、総売上に対する特売売上の貢献度比率を計算します。	(特売売上高 / 売上高)
特売売上高	このメトリックでは特売売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
特売売上高 (ローカル)	このメトリックでは、特売売上高を店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額 (ローカル)]
特売売上高 (前年)	このメトリックでは特売売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
特売売上高の貢献度比率	このメトリックでは、売上高の合計に対する特売売上高の貢献度比率を計算します。	(特売売上高 / 売上高)
特売店舗の比率	このメトリックでは、総売上に対する特売店舗の比率を計算します。	(特売売上の店舗数 / [売上の店舗数 (時間暦) (MO)])
特売応答比率	このメトリックでは、連絡した顧客の総数に対する特売に回答した顧客の貢献度比率を計算します。	(特売反応個数 / 特売のために発送された個数)
特売応答比率 (コントロールグループ)	このメトリックでは、コントロールグループの顧客総数に対する、特売の連絡を受け取らないにもかかわらず回答した顧客数の貢献度比率を計算します。	([特売反応個数 (コントロールグループ)] / 特売コントロールグループカウント)
特売支出	このメトリックでは、特売のために支出した金額を、特売メールごとのコストと郵送した特売メールの数に基づいて計算します。	(特売のために発送された個数 * 特売のために発送された個々の送料)
特売見込み利益インデックス	特売見込み利益インデックスを割引特売反応率に基づいて計算します。0 より大きい値は高収益性グループを示します。((割引反応率/損益分岐) * 100) - 100 です。	((割引特売応答比率 / (特売のために発送された個々の送料 / 平均顧客利益)) * 100) - 100)
貢献度のポイント変更	このメトリックでは、前年度のカテゴリ売上に対するカテゴリ売上上の貢献度の変更値を週別に計算します。	((売上高 / [売上高 (デパートメント)]) - ([売上高 (前年)] / [売上高 (デパートメント、前年)]))
販売アイテム数 (時間暦) (MO)	このシステムメトリックでは、売上と関連付けられたアイテム数を計算します。	販売アイテム数
販売日数	このメトリックでは、売上高がゼロより大きい店舗 (ロケーション) の数を数えます。	販売日数
購入ごとの平均顧客支出額	このメトリックは顧客の訪問回数に対する購入金額を計算します。	(売上高 / 顧客購買頻度のカウント)

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
購入金額セグメント	このメトリックでは、顧客売上を計算し、顧客を売上額に応じて、十分位数で順位付けします。売上額が最も多い顧客をランク 1 とし、最も少ない顧客をランク 10 とします。	$N\text{Tile} < \text{Tiles}=10 > (\text{売上高})$
購入金額セグメント (すべて)	顧客による最初の購入日以降の顧客売上を計算し、顧客を十分位数で順位付けします。売上額が最も多い顧客をランク 1 とし、最も少ない顧客をランク 10 とします。	$N\text{Tile} < \text{Tiles}=10, \text{Ascending}=0 > ([\text{売上高 (すべて)}])$
購入金額セグメント (時間)	顧客売上を計算し、売上額に応じて、十分位数で順位付けします。売上額が最も多い顧客をランク 1 とし、最も少ない顧客をランク 10 とします。時間を入力します。	$N\text{Tile} < \text{Tiles}=10, \text{Ascending}=0 > ([\text{売上高 (時間)}])$
購入金額セグメント (顧客)	このメトリックでは、顧客売上を計算し、顧客を売上額に応じて、十分位数で順位付けします。売上額が最も多い顧客をランク 1 とし、最も少ない顧客をランク 10 とします。	$N\text{Tile} < \text{Tiles}=10, \text{Ascending}=0 > ([\text{売上高 (顧客) (MO)}])$
購入金額義務不履行値	このメトリックでは、顧客の義務不履行の可能性を把握するために、現在購入金額セグメントと平均購入金額セグメント間の差額を計算します。	(購入金額セグメント - [購入金額セグメント (すべて)])
返品利益額	このメトリックでは返品による利益減を計算します。	返品利益額
返品単位	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位 (シーズン累計)	このメトリックでは、指定日までのシーズンに関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位 (前年)	このメトリックでは、前年に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位 (前週)	このメトリックでは、前週に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位 (年累計)	このメトリックでは、指定日までの年に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位 (日)	このメトリックでは、1 日に顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位 (月累計)	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの数量を計算します。	返品数量

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品単位（週累計）	このメトリックでは、指定日までの週に関して、顧客が返品したアイテムの数量を単位で計算します。	返品数量
返品単位の比率	このメトリックでは、販売された単位の総数に基づいて、返品された売上単位の比率を計算します。	(返品単位 / 売上単位)
返品額の比率	このメトリックでは、販売された単位の総額に基づいて、返品された単位の金額の比率を計算します。	(返品高 / 売上高)
返品高	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（エリア）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をエリアレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カンパニー）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカンパニーレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（カンパニー、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をカンパニーレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（クラス）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をクラスレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（クラス、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をクラスレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（グループ）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をグループレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（グループ、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をグループレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（シーズン累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（チェーン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をチェーンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（ディヴィジョン）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ディヴィジョン、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をディヴィジョンレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（デパートメント）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をデパートメントレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（デパートメント、前年）	このメトリックでは、前年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額をデパートメントレベルで計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（ロケーション、時間暦（MO））	このシステムメトリックでは、選択した期間に返品されたアイテムの金額を取引売上に基づいて、ロケーション別に計算します。	返品額
返品高（ローカル）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算し、店舗の現地通貨で表示します。	[返品額（ローカル）]
返品高（前年）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（前週）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（年累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（年累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの年に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（日）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（月累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
返品高（月累計、前年）	このメトリックでは、前年の指定日までの期間に関して、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（計画シーズン累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
返品高（計画シーズン累計、前年）	このメトリックでは、通常、クリアランス、および特売の返品合計額を計算します。金額には返品は含まれませんが、VAT は含まれます。	返品額
返品高（週累計）	このメトリックでは、顧客が返品したアイテムの金額を計算します。	返品額
通常利益高	このメトリックでは通常売上で得た利益を計算します。	利益額
通常売上単位	このメトリックでは、売上通常価格アイテムの合計単位数量を計算します。数量は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上数量
通常売上高	このメトリックでは通常売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
通常売上高（ローカル）	このメトリックでは、通常売上高を店舗の現地通貨で計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	[売上額（ローカル）]
通常売上高（前年）	このメトリックでは通常売上の総額を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	売上額
週に対する売上単位の貢献度比率（MF）	このメトリックでは、選択した期間内の取引単位総売上に対する単位売上の貢献度比率（MF）を計算します。	(売上単位 / [売上単位（ロケーション）（MF）])
週に対する売上単位の貢献度比率（前年）（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前年中に処理された全取引の売上高の合計に対する前年の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	([売上単位（前年）] / [売上単位（ロケーション、前年）（MF）])
週に対する売上単位の貢献度比率（前週）（MF）	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前週中に処理された全取引の売上高の合計に対する前週の売上高の貢献度比率（MF）を計算します。	([売上単位（前週）] / [売上単位（ロケーション、前週）（MF）])

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
週に対する売上高の貢献度比率 (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間内に処理された全取引の売上高の合計に対する売上高の貢献度比率 (MF) を計算します。	$(\text{売上高} / [\text{売上高 (ロケーション)}] (\text{MF}))$
週に対する売上高の貢献度比率 (前年) (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前年中に処理された全取引の売上高の合計に対する前年の売上高の貢献度比率 (MF) を計算します。	$([\text{売上高 (前年)}] / [\text{売上高 (ロケーション、前年)}] (\text{MF}))$
週に対する売上高の貢献度比率 (前週) (MF)	このメトリックでは、特定のロケーションに関して、選択した期間の前週中に処理された全取引の売上高の合計に対する前週の売上高の貢献度比率 (MF) を計算します。	$([\text{売上高 (前週)}] / [\text{売上高 (ロケーション、前週)}] (\text{MF}))$
週数	このメトリックでは週の数数を数えます。	週数
週数 (前期)	このメトリックでは前期の週の数数を数えます。	週数
週数 (後期)	このメトリックでは後期の週の数数を数えます。	週数
週数 (期間)	このメトリックでは期間内の週の数数を数えます。	週数
週次平均 COGS (前期)	このメトリックは、前期の週次平均売上原価額を計算します。	$(([\text{売上高 (前期)}] - [\text{利益 (前期)}]) / [\text{週数 (前期)}])$
週次平均 COGS (後期)	このメトリックは、後期の週次平均売上原価額を計算します。	$(([\text{売上高 (後期)}] - [\text{利益 (後期)}]) / [\text{週数 (後期)}])$
週次平均 COGS (期間)	このメトリックは、ある期間の週次平均売上原価額を計算します。	$(([\text{売上高 (期間)}] - [\text{利益 (期間)}]) / [\text{週数 (期間)}])$
週次平均利益 (前期)	このメトリックは返品による利益減も含めて、前期の週次平均利益を計算します。	$([\text{利益 (前期)}] / [\text{週数 (前期)}])$
週次平均利益 (後期)	このメトリックは返品による利益減も含めて、後期の週次平均利益を計算します。	$([\text{利益 (後期)}] / [\text{週数 (後期)}])$
週次平均利益 (期間)	このメトリックは返品による利益減も含めて、ある期間の週次平均利益を計算します。	$([\text{利益 (期間)}] / [\text{週数 (期間)}])$
週次平均売上高 (前期)	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基づいて、前期の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([\text{売上高 (前期)}] / [\text{週数 (前期)}])$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
週次平均売上高（後期）	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基づいて、後期の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([売上高（後期）] / [週数（後期）])$
週次平均売上高（期間）	このメトリックは、通常売上、クリアランス売上、特売売上に基づいて、ある期間の週次平均売上高を計算します。金額は純返品量ですが、VAT は含まれます。	$([売上高（期間）] / [週数（期間）])$
非ロイヤルティプログラム顧客数	このメトリックでは、ロイヤルティプログラムのメンバーでない顧客の数をカウントします。	顧客数
非ロイヤルティプログラム顧客比率	このメトリックでは、ロイヤルティプログラムのメンバーではない顧客の全顧客に対する比率を計算します。	$(\text{非ロイヤルティプログラム顧客数} / \text{顧客数})$
頻度（顧客）(MO)	このメトリックでは、テンプレートとフィルタにある他のすべての属性を無視して、買い物をした顧客の数を計算します。	販売個数の日数
頻度セグメント	このメトリックでは、顧客の購入回数を数え、顧客を十分位数で順位付けします。購入回数が最も多かった顧客をランク 1 とし、最も少なかった顧客をランク 10 とします。	$N\text{Tile} < \text{Tiles}=10 > (\text{顧客購買頻度のカウント})$
頻度セグメント（すべて）	顧客による最初の購入日以降に購入した回数を数え、顧客を十分位数で順位付けします。購入回数が最も多かった顧客をランク 1 とし、最も少なかった顧客をランク 10 とします。	$N\text{Tile} < \text{Tiles}=10 > ([顧客購買頻度のカウント（すべて）])$
頻度セグメント（時間）	このメトリックでは、顧客の購入回数を数え、顧客を十分位数で順位付けします。購入回数が最も多かった顧客をランク 1 とし、最も少なかった顧客をランク 10 とします。	$N\text{Tile} < \text{Tiles}=10 > ([顧客購買頻度のカウント（時間指定）])$
頻度セグメント（顧客）	このメトリックでは、顧客の購入回数を数え、顧客を十分位数で順位付けします。購入回数が最も多かった顧客をランク 1 とし、最も少なかった顧客をランク 10 とします。	$N\text{Tile} < \text{Tiles}=10 > ([頻度（顧客）(MO)])$
頻度義務不履行値	このメトリックでは、顧客の義務不履行の可能性を把握するために、現在頻度セグメントと平均頻度セグメント間の差を計算します。	$(頻度セグメント - [頻度セグメント（すべて）])$
顧客、購入ごとの平均支出額	このメトリックは顧客ごとの購入金額の平均を計算します。	$(売上高 / \text{取引顧客数})$

メトリックの名前	メトリックの説明	メトリックの式
顧客ごとの平均購入数	このメトリックは顧客ごとの購入数の平均を計算します。	(顧客購買頻度のカウント / 取引顧客数)
顧客利益高比率	このメトリックでは、全期間にアイテムを購入した顧客の数に対する選択した期間にアイテムを購入した顧客の数の比率を計算します。	(利益 / [利益 (すべて)])
顧客数	このメトリックでは顧客数を数えます。	顧客数
顧客購買頻度のカウント	このメトリックは、選択したフィルタ基準について顧客が買い物をした日数をカウントします。	販売日数
顧客購買頻度のカウント (すべて)	このメトリックは、顧客が買い物をした日数をカウントします。フィルタ基準は無視されます。	販売個数の日数
顧客購買頻度のカウント (時間指定)	このメトリックは、特定の期間、ロケーション、アイテムについて顧客が買い物をした日数をカウントします。時間の指定も求められます。	販売個数の日数
顧客通貨高比率	このメトリックでは、全期間にアイテムを購入した顧客の数に対する選択した期間にアイテムを購入した顧客の数の比率を計算します。	(売上高 / [売上高 (すべて)])
顧客頻度値比率	このメトリックでは、全期間にアイテムを購入した顧客の数に対する選択した期間にアイテムを購入した顧客の数の比率を計算します。	(顧客購買頻度のカウント / [顧客購買頻度のカウント (すべて)])