

欠品が多い

Q. 食品スーパーの当社では、欠品が多い。どうすればよいか？

要旨 欠品は売上ダウンになるだけでなく、お客様の信頼を失い、客離れの大きな要因になります。個人的なミスとしてしまうのではなく、会社全体の問題として、問題解決に取り組む必要があります。

この問題解決は店長が責任者となって取り組むことが重要です。

解説**1. 欠品対策を原因追求型から問題解決型にする**

欠品の理由の多くは発注者のミスによるものです。その都度発注者に注意を促しても根本解決はできません。原因を個人の問題としないことから、解決策は始まります。まずは発注者がミスしてしまう要因を見つけ出してください。原因追求ばかり続けると、最終発注者の責任だけになってしまいます。発注者は自分を守るために、表面上は反省をしながら、心の中では自分に責任はなく他の要因のせいと考えてしまいます。これでは問題解決はしません。

欠品の原因は

- ・ 発注するのに時間がなかった
- ・ 在庫があると思った
- ・ 棚札が取れていたのをわからなかった
- ・ 近所で運動会があることを知らなかった
- ・ 発注先がわからなかった

等々、それぞれルール決めをしたり、業務の優先順序を決めれば解決するものばかりです。会社で、店舗でルール化して、それを現場に落とし込めば、かなりの欠品が減少します。

2. 売れ数通りに売場スペースを決める

1日10個以上売れるもの、1週間に1～2個だけ売れるもの等、商品によって売れ数は異なります。まずは売れ数に合わせた売場在庫スペースを確保します。売れるものは複数のフェイス数をとることで、売場スペース、売場在庫スペースが広がります。発注者は売場在庫をみて、いっぱいになる分の仕入発注を売場で起こします。一つひとつの売れ数を覚えていなくても、売場をみていっぱいになる分の発注をかけるだけで、売れ数と連動した在庫を確保できます。そのような棚割を作成し、随時棚割りを変更していけば、自社ミスによって起こる欠品は減少します。

棚割をしっかりとつくる

<ご提案のポイント>

- ・欠品はお客様の不満になる事項であり、これが続くと店舗に対する不信感につながり、客離れを起こします。できるだけ無くしていく必要があります。
- ・まずは、欠品する理由を明らかにすることが重要です。

1. 欠品する理由を明確にする

欠品がなぜ起こるのか、全て理由を把握する必要があります。人的なものなのか、取引先の問題なのか、仕事の組み立てが悪いのか、季節歳時や商圈内のイベント情報収集不足によるものなのか、必ず理由があります。

一つひとつ理由を把握していくと、自然と意識が高くなり、欠品しにくくなります。

2. 欠品を起こりにくくする

発注ミスによる欠品のほとんどの原因は棚割り作りのミスです。売場在庫量が販売数と合っていない、在庫管理不足で在庫把握ができず、発注ミスを起こす等です。棚割りは出来ておらず、定番が定まっていない場合は、何が欠品していることさえも把握できません。

以下の4つがポイントとなります。

- ①棚割りを作り定番の番地を設定する
- ②販売数に合わせた棚割り在庫量を確保できるフェイスにする
- ③季節歳時や商圈内行事情報を入手して、在庫量を事前に確保する
- ④欠品している理由を一つひとつ記載していく