

売り筋商品の強化

Q. 売れる商品の品揃えを強化したいが、なかなかうまくいかない。どうすればよいか？

要旨 売れる商品の品揃えを強化したら、本当に売上は上がるのでしょうか。市場内で売れているものは競合他社でも同様に売れているでしょう。遅ればせながら扱いを始めた当社でお客様は購入していただけるのでしょうか。売上は上がったとしても、低い粗利益しか確保できない可能性が予測されます。

「売れる商品」の品揃え強化をするのではなく、「売りたい商品」の品揃え強化及び販売強化をすることが重要です。

解説

1. 「売れ筋商品」とは何か

「売れ筋商品」と「売り筋商品」があります。「売れる商品」とは「売れ筋商品」であり、どこでも売れる商品とします。「売れ筋商品」はどの店舗も品揃えしますし、お客様のニーズも高いので、価格競争になります。その商品を品揃えすることは必須となるため、無ければ欠落品となります。また一時的に爆発的に売れる商品も「売れ筋商品」ですが、一時的ですから、メーカーの製造が間に合わないので、品揃えできるのは大手のみになります。

つまりブーム商品以外の「売れ筋商品」はあって当たり前商品であり、既に品揃えをしているはずです。

2. 自社の特徴の「売り筋商品」を考える

「売り筋商品」は企業側にとって売りたい商品ですが、お客様のニーズは高くありませんから、競合他社はあまり取扱いたくなく、品揃えしても力を入れて販売しないことになります。ほとんど無競合状態であり、価格訴求をしなくても良く、自社の特徴ある商品となります。ただし、売り込み

にノウハウや力が必要です。したがって、大手企業はあまり攻めてきません。

3. よりオンリーワンの山を進めば、非競合状態となる

自社がどこを目指して、何をしたいか、そして他と異なる道を進むかに力を入れ、構成比を高くすべきです。売り筋商品を販売するノウハウを構築することは、自社の販売力を強化することになり、戦いに強い企業体を作ります。

そこを進んでいくと、競合他社と異なるステージに入ることになり、非競合状態になります。

売り筋商品を販売する

<ご提案のポイント>

- ・「売れる商品」とはどんなものでしょう。勝手に売れていく商品でしょうか、それとも自社の特徴として、「売りたい商品」でしょうか。
- ・どこでも売れるものはどこでも品揃えをしていますので、低価格競争になりやすくなります。売上を上げるだけではなく、効果的に利益を上げることを考える必要があります。

1. 売れる商品を品揃えすれば本当に売れるのかを考える

売れる商品とは何を指しているのでしょうか。誰でもどこでも売れる商品である場合、低価格競争になりやすくなります。それはどこでも欲しい商品であり、売るのは簡単であるからです。それを品揃えするのは当然のことであり、もし品揃えをしていなければ欠落商品であるので、メーカー品切れでない限り、即品揃えすべきです。現仕入先にもしも品揃えが無いとすれば、仕入先の変更を考えてください。

2. 売り筋商品を品揃えする

売れる商品の品揃えだけに注力するのではなく、ヒットしそうな、これから流行りそうな、他社では売りにくいから売らないもので、自社が是非おススメしたい商品の品揃えにより力を入れることを考えてください。つまりその商品こそが差別化商品であり、自社の戦略商品になります。

3. 売れる商品の仕入れルートを探す

仕入ルートを検索するには、webで探すことが一番です。既存ルートには流通している場合で、手に入らないものは流通過程に障害がありますから、他のルートを考えても同じように手に入れることは難しいです。メーカーに直接連絡をとり、仕入先を聞くことも一つの方法です。

ただし新規口座を開くことは原則止めているメーカーや卸売業者、またはかなり高い保証金を積むことを要求される場合があります。

- ①既存ルートで仕入困難な理由を明確にする
- ②一般流通商品が入手困難な場合は、メーカーが販路制限している場合がある
- ③共同仕入れ（ボランタリーチェーン等）に入ると単独よりも入手しやすくなる
- ④web等で直接メーカーや取り扱う卸売業者等に問い合わせて入手できる場合もある
- ⑤自社で一括仕入れる条件を出して仕入れることが可能な場合もある