

わかり易い売場作り

Q. 品揃えが多過ぎて、顧客も迷うこともあり、品揃えを見直したいが、どのようにすればよいのか？

要旨 大手チェーンストアが実施している死に筋カット、売れ筋拡大ですが、これが続けると特徴が無くなり、同じような品揃えになってしまいます。

品揃えが多いというのはお客様にとってはありがたいことです。お客様が迷うということは裏を返せば、買い物を楽しむことができる売場ではないでしょうか。品揃えが多すぎるから、商品を整理するという考え方は間違っています。お客様が選ぶ楽しみを与えるような売場作りを工夫するべきです。

解説

1. お客様の思考に立って考える

品揃え数が多いことは悪いことでしょうか。品揃えを見直す前に考えるべきです。お客様からみれば、品揃えが多いことは良いことです。購買の喜びはいろいろな商品を選択することが楽しみなのです。この基本的なものを売り手側の都合で変えてはなりません。

2. 今の商品がなぜ取り扱うようになったかを考える

商品は勝手に増えません。誰かが仕入れたものです。それぞれ仕入れる理由があります。少なくとも意思のある品揃えをした場合で、なかなか売れず結果棚在庫として残ってしまったのであれば、再度売り方を変更する必要があります。仕入れた意思を訴求して売場作りを行うことが重要です。

陳列するだけで売れていく商品は限られています。

3. 品揃えする注目カテゴリーをかえる

売場面積は限られているため、新規導入するためには、ある程度の商品整理が必要です。

見にくいことが課題であるとすれば、品揃えを減少させる手法は課題解決にはなりません。課題解決方法は売場にメリハリをつけること、売り込み商品と定番商品の展開に差をつけること、POP等で売り込み商品を訴求することです。品揃えが他社に比較して非常に多いことは、自社の長所になります。非常に多くの商品陳列をみて、お客様は驚き興奮するでしょう。インスタ映えする売場です。

単純に品揃えを減らすのではなく、新しいカテゴリー（商品）を導入するために、一部商品をカットするのであれば問題ありません。これは売場内に新陳代謝が起きるため、活性化します。

お客様が喜ぶ売場展開

＜ご提案のポイント＞

- ・品揃えが多いことは決してお客様にとって悪いことではありません。多すぎて選びづらい原因は他にあることをまずは理解してください。
- ・品揃えの多さは長所である可能性を考慮に入れた上で、品揃えの整理をしていくことが客離れとならないポイントとなります。

1. 品揃えが多くなった経緯を検証する

現在はムダと感じる品揃えの多さは、どのような経緯で増加していったかを検証する必要があります。お客様から要望されたものを取扱っていった結果、品揃えが多くなったのか、品揃えを仕入先任せにしまい、特定なものだけが多くなって、ムダと感じたのかは全く対応が違います。

前者の場合、商品を整理すれば、確実に客数は落ちます。後者の場合は、もしも特定商品だけ多いために、他の商品を品揃えできない売場になっていたときのみ、効果があります。また、大手企業が実施するような死に筋カットをして、売れ筋だけの品揃えをすれば、みんな同じ品揃えになってしまいます。

ただし、機会ロスだけでなく、商品処理するロスになる場合もありますので、注意が必要です。

2. 品揃えを整理するステップを考える

品揃えを整理するためには、整理することによって、新しい商品やカテゴリーが導入できることを前提としてください。品揃えを少なくしたカテゴリーの売上は確実に減少します。その行為によって、特定客は少なくなることを十分認識してください。

そして減ずる売上よりも増える売上が高いといった仮説があることが必要です。一定のカテゴリーを強化する場合は、品揃え強化になりますから、売場確保が必要です。そのために、一部の品揃えを整理します。また作業効率を考えることも必要ですが、現在のようなオーバーストア状態では、まずは集客することを優先に考えて行動することが必要です。

- ①品揃えが多いと感じる理由がお客様目線になっているかを検討する
- ②品揃えをしたストーリーを検証して、実行可否判断をする
- ③品揃えをカットした後、新商品及び新カテゴリー導入する内容を準備する
- ④棚割りにメリハリをつけたり、POP等を活用して、お客様が探しやすい売場を作る