

仕入れ先の見直し

Q. 品揃え強化のため、仕入れ先の見直しをしたいが、どのようにすればよいか？

要旨 品揃え強化ができない原因は仕入れ先の問題なのでしょうか。仕入れ先を変更すれば、問題解決になるのでしょうか。まずはこの疑問を頭に入れながら、仕入れ先変更や開拓を考えてみてください。仕入れ先を見つけても、品揃え強化がうまくできない、売上があまり変わらない可能性があります。

解説

1. 仕入れ先変更の目的を明確にする

品揃えは仕入れ先の仕事ではなく、販売側の仕事であることを前提にしてください。仕入れ先は仕入担当者（バイヤー）の指示により、商品を探索します。現在取引している仕入れ先に品揃えが無いと嘆く前に、しっかりとバイヤーが欲している商品を事前に伝えているかを棚卸してください。よくあることが「売れる商品を探せ」という依頼（指示）です。売れる商品は既に品揃えされています。

今後自社がどのような商品戦略でいくかを説明し、その意図のもと、仕入れ先の商品探索能力を活用します。

2. 売場戦略ありきの仕入れ先検索にする

仕入は販売業、特に小売業にとって、利益の元となります。利益率も品揃えの幅や量も仕入れ先にかかっています。品揃え強化のための仕入れ先検索であるならば、自社の強化したいカテゴリーを絞って、深い品揃えをするための新規生産者、メーカー、卸売業者を web 等も活用して探してください。

総花的な卸売業者は、効率を追うため、品揃えの幅は意外に小さく、品揃え強化にはならない可能性があります。

3. 新規仕入れ先と取引する際のデメリットを考える

新規取引を開始する場合、いろいろな条件をつけてくるが多くなっています。支払サイトが短かったり、納品タイミングが長かったり、保証金を要求されたり、資金繰りに影響することが多いです。

また口座が多くなることは支払事務作業が煩雑になり、無駄な経費がかかることになります。大手企業は取引先を絞って集中させ、効率アップを図っています。したがって、逆に一つひとつ良い商品を品揃えすることが自社の長所になりますが、しっかり計画を立てて利用しきって初めて効果が上がることを認識してください。

強い売場展開のための仕入先活用

＜ご提案のポイント＞

- ・販売会社は仕入先が利益の元であることは事実です。
- ・仕入先を変更したい商品はどのような目的で実施したいのかを明確にしてください。
最近の卸売業者は品揃えを絞ってより効率的な卸に徹している企業がほとんどです。
- ・総花的な仕入先を探すのではなく、自社が強化したいカテゴリーに絞って専門性の高い仕入業者を設定していきます。

1. 自社の経営状況をしっかり把握する

最近では、仕入先は積極的に新規取引先を取らず、大手であればあるほど、販売ルートを経る傾向にあります。特に卸売業者はその傾向が強く、いくら販売量が大きいと予想されている新規業者にも保守的な対応をする傾向が強く、より効率化を進めています。販売実績があるからといっても簡単ではありません。

そのため新規取引先に対しては保証金を積むことを取引条件に入れる企業が多くなっています。当然保証金は現金を利息無しで預けることから、新規仕入業者と付き合うメリットと現金が拘束されてしまうリスクを考える必要があります。

また新規商品やカテゴリーを仕入れるために、新しい業者との取引を始める場合も同様ですし、売れるかどうかかわからないリスクもあることを理解して、新たな仕入先を探る作業を進めていくことは必要です。

2. 新仕入ルートの見つけ方

品揃え強化のために新しい仕入先を得ることの必要性は、目的が品揃え強化であることであれば、まずは既存仕入先（この場合は卸売業者）に自社のニーズをはっきり商談で伝えることです。こちらから積極的に情報を得て、既存仕入先に伝えたと、意外に対応可能なものが出てくる可能性があります。

また、自社が品揃え強化したいカテゴリーを絞って、専門性の高い仕入先を集中して選定していくことも必要です。専門特化がすなわち自社の特徴になりますから、1品1品メーカーに直接当たっていくやり方をしていけば、チェーンストア等ができないやり方なので、品揃えができれば自社の特徴となります。

- ①既存仕入先の商談で、積極的に情報提供をして、自社のニーズを伝える
- ②強化したいカテゴリー、商品を絞り、web等を活用して、仕入をしたい商品を具体的ににする
- ③決済方法やサイト、物流等の商談を行い、ルール決めをする