

# 品揃え強化の考え方

**Q.** 品揃えの強化が必要と考えているが、どのようにすればよいか？

**要旨** 品揃えは販売業、特に小売業にとって最も大事な戦略になります。企業コンセプトに基づいて、計画・実行され、お客様にとっても一番の関心事です。

各企業品揃えの考え方は創立時にしっかりと考えられており、時代に応じてその都度変化している部分です。企業ストーリーを遵守しながら、時流に合った品揃えにしていくことが必要です。

## 解説

### 1. 品揃えするための基本となる考え方を明確にする

品揃えは自社の特徴となるものです。競合との差別化では、相手の品揃えを全て持ち、それより1.3倍以上の品揃えをして包み込めば、相手に勝つすなわち一番企業の戦い方です。

自社のやりたいことと、品揃えは合致しているでしょうか。自社の理念と品揃えを一致させる必要があります。

### 2. 市場内で自社の立ち位置を見つめる

現在お客様はなぜ自社を利用してくれているのかを、明確にする必要があります。今の品揃えを否定して、新しいものを強化することは、自社の特徴を無くすことになり、うまく行きません。全否定はあってはならないことであり、今まで培ってきたものにプラスする方法をとることが重要です。

### 3. 弱者の品揃えの方法を考える

戦い方で、弱者の戦い方があります。それは一点突破です。総合力で戦うことは強者しかできません。無理に弱者が総合力で戦えば、必ず負けます。

一点突破は自社の得意カテゴリーを決めて、そのカテゴリーだけは地域一番の品揃えを持ち、他社を圧倒します。

考え方を絞ったセグメント内では、他社の品揃えを包み込みます。

自社しか取扱いがない商品の品揃え強化ができれば望ましいですが、流通している商品であれば、他社も売れるものであれば、当然品揃えをしてきますので、自社開発商品くらいが対象商品になります。

# 自社のポジショニングを考える

## ＜ご提案のポイント＞

- ・品揃えは自社の戦略そのものであり、経営に直接関わる課題となります。
- ・品揃えの強化は具体的にどこを強化するのか、何が目的で行うのかを明確にする必要があります。
- ・競合他社や市場を十分に調査して、自社の資金力等を加味した上で実施していきます。

## 1. 品揃え強化の目的をはっきりさせる

品揃えの強化の目的を明確にします。欠落品群であれば、そのまま採用すれば、お客様の不満解消になり、効果はありますが、欠落品群を付加する行為は品揃え強化ではないことに注意してください。

また何の目的もなく、漫然と品揃えを増やしても、お客様が認知することができないので、売上アップやお客様満足度のアップにはつながりません。お客様にはっきりとわかり易く、品揃えを強化したことを伝えることが重要ですし、お客様が期待しているものを強化する必要があります。

## 2. 自社の特徴や支持されている理由を明確にする

自社の特徴や長所や強化したいポイントを明確にします。それが競合他社と比較して、どうなのか、市場の流れや時流はどうかを考えてください。また、お客様が自社を利用していただける、支持していただけるポイントを棚卸することも必要です。そのポイントと自社の長所や特徴と品揃え強化を一致させることです。

## 3. 品揃え戦略を考えて実行する

品揃え強化をする際に必要なことは、品揃え強化が自社の特徴の強化となり、お客様の期待や感動に合致するかということです。

また品揃え強化する際の仕入先の確保、売場の確保、棚割りの変更、販売促進のスケジュールを立ててください。

- ①品揃え強化の目的は何かを明確にする（欠落品群補完か販売強化か）
- ②販売強化の場合、自社の長所と合致するか、利用動機と合致するかを考える
- ③品揃え強化が競合他社と比較して、圧倒するものであるかを調査する
- ④仕入先、資金調達、売場の確保、販売促進スケジュールを立てる