

品揃えでの差別化

Q. 品揃えで差別化を図りたいと考えているが、どうすればよいか？

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。競合他社との比較と自社の思いを入れて作成していきます。

解説

1. 自社が支持されているポイントの棚卸をする

どの会社も差別化したいと考えています。他社にはない、自社だけのものであることは大きなメリットです。しかしそのようなものはなかなか見つかりません。たとえ見つかったとしても、売れるかどうか、非常に悩ましい問題です。

自社に合う差別化できるカテゴリーや商品を仕入れ、製造するには、現在自社の商品でお客様に支持されているものを明確にすることです。これは既に差別化されているものであり、お客様が支持していますから、その品揃えを強化する方法は自社も馴染み易く実施しやすくなります。

れていってしまい、何の店なのかわからなくなる可能性があります。

3. 自社の得意なものや自社の歴史に合ったもので勝負する

自社の歴史をたどってみると、昔から人気があったものが出てきます。今は下火になっているとしても、本当に良いもので、根強い人気があるものであれば、継続して販売強化し、訴求していくと、主力カテゴリー（商品）になります。そして深掘りしていくと地域一番の品揃えになり、競合他社が持ち得ない差別化カテゴリーとなります。

2. ブームに惑わされないようにする

品揃えで差別化をすると考えるとどうしても最新のもの、ブームになっているものに飛びつき易い傾向があります。しかしブームは一過性であり、長続きしません。またそのような商品は競合も積極的に品揃えをしますので、差別化ポイントにはなり難くなります。

第三者の意見を聞いて品揃えを強化する方法は、実はあまり効果的ではありません。聞くほど、本来やりたかった品揃えからズ

自社の長所を明確にする

＜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。
- ・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。
- ・差別化が集客に大きく関わってきますので、かなり効果がある戦略と言えます。

1. 自社がお客様に支持されているものは何か整理する

お客様が自社を利用する理由を明確にする必要があります。その利用動機を強化することがよりお客様の支持を集めることになり、集客できるようになります。また競合他社と比較して、他社よりも優位に立つことが必要です。よくあることは自社内では差別化したつもりになっており、競合他社と比較すると劣っている、独りよがりだったりする場合があります。

また、差別化する個所が自社の得意分野と合致させることも合わせて必要であり、注意するポイントとなります。自社が不得意であるが、競合他社や市場をみると、差別化を図らなければならないと思い込んで、実行しても上手くいきません。お客様の支持があり、自社の得意分野で、競合他社より優位に立てる差別化をすることが重要です。

2. 独自固有の長所を生かした品揃えをする

お客様の支持があるものを選定することは必要ですが、それが他社にはないこと、積極的に取り扱っていないものを棚卸してみつけることが必要です。そしてそれが自社にとって得意であり、どんどん深堀していけるものを選定します。

それが独自固有の長所となり、自社のメインの武器となります。今後その武器をどんどん磨きをかけて、強化していくことで、より強固な差別化ポイントとなります。

- ①お客様が自社の利用動機（支持するポイント）を明確にする
- ②そのポイントが自社の長所と合致するのか、伸ばしていけるかを検討する
- ③他のエリアでモデルとなる店舗を検索し、商品検索や仕入ルート进行调查する
- ④ネットや専門誌等で仕入ルートを模索する
- ⑤競合他社を調査して、自社が優位に立てるかを検討する
- ⑥従業員に説明をして、自社一丸となって、強化差別化を推し進める