

実践マーチャンダイジング 抜粋

婦人服編

第3章 5つの売場のMD

百貨店やGMSなどの大型店の婦人服はテナントで構成されている商業施設とは異なり、自主編集の売場もあります。セーターを中心とした売場、大きめのサイズだけを集めた売場、下着の売場、ジーンズを集めた売場、個性の強いブランドを集めた売場など様々あります。

具体的には、婦人セーター売場、コートショッップ、キャラクターショッップ、大きいサイズの売場、ジーンズショッップの5つです。

これまで述べてきた『婦人服7店』のMDをベースに組み立てていきます。

例えば、キャラクターショッップは第6章の「ブランド選定の手順」をベースに構成ブランドを決め、次にブランドが分類基準1位だったE店のMDをベースに組み立てます。

大きいサイズの売場は単品・コーディネートが分類基準1位だったG店のMDをベースにします。

但し、いずれの売場も、ターゲットの軸であるエイジ、グレード、テイストのバランスを押さえることは必須です。

これから売場ごとに順次、MDの具体例を見ていきますが、項目は、ターゲットの設定、商品構成とプライスゾーン、商品分類の大・中・小分類、アイテム別型数、アイテム別関心度別型数、アイテム別プライス別型数、ターゲットとの整合性、についてです。

尚、アイテム別型数を関心度別型数やプライス別型数に振り分ける時、データがあればそれを参考にして、あとは勘などの感性を発揮します。型数のプランなどの表に掲載されている数値は、あくまでも1つの例です。学んで欲しいことは掲載されている数値を参考にすることではなく、プランの組み立て方です。

1) 婦人セーター売場

1. ターゲットの設定

ターゲットは以下の通りです。

ターゲット

| | | | |
|------|-------|----------|---------|
| エイジ | ヤング | アダルト | マチュア |
| | 40% | 60% | 0% |
| グレード | ベター | モデレート | バジェット |
| | 40% | 60% | 0% |
| テイスト | アドバンス | アップトゥデート | コンサバティブ |
| | 0% | 60% | 40% |

構成アイテムとプライスゾーンは以下の通りです。

構成アイテムとプライスゾーン

| 価格 | ニット | ブラウス | カットソー |
|----|--------|--------|--------|
| 上限 | 19,900 | 12,900 | 10,900 |
| 中心 | 9,900 | 9,900 | 4,900 |
| 下限 | 3,900 | 5,900 | 2,900 |

2. 商品分類の大・中・小分類の決定

ここで考えられる大分類（第1分類）の分類基準は、対象別の分類基準である「エイジ（年齢）」、「グレード（価格帯）」、「テイスト（嗜好・感度）」、関心度別の分類基準である「単品・コーディネート」、「アイテム」、「ブランド」の6つです。

分類基準の1位は「単品・コーディネート」にしました。

大分類は単品とコーディネートになります。単品の中分類はアイテム別の「ニット、ブラウス、カットソー」、コーディネートの中分類は「Aブランド、Bブランド、Cブランド」です。

ニットはスタイル別の「クルーネック、Vネック・・・」、ブラウスはデザイン別の「ボウタイ、シャツカラー・・・」、カットソーはアイテム別の「Tシャツ、ポロシャツ、スウェット」に分類します。

分類基準

| 大分類 | 中分類 | 小分類 |
|------------|-----------|----------------|
| 単品・コーディネート | アイテム/ブランド | アイテム/デザイン/スタイル |

商品分類

| 大分類 | 中分類 | 小分類 |
|---------|-------|-----------------------------|
| 単品 | ニット | Vネック、クルーネック、タートル、ベスト、カーディガン |
| | ブラウス | ボウタイ、シャツカラー、ショールカラー、スクエア |
| | カットソー | Tシャツ、ポロシャツ、スウェット |
| コーディネート | Aブランド | ニット、ブラウス、カットソー |
| | Bブランド | ニット、ブラウス、カットソー |
| | Cブランド | ニット、ブラウス、カットソー |

分類別売上予算を決めます。

売場全体では5000万円の予算です。それを大分類、中分類に振り分けていきます。単品は2000万円、コーディネートは3000万円とし、単品はニット1200万円、ブラウス400万円、カットソー400万円としました。コーディネートはAブランド1500万円、Bブランド1000万円、Cブランド500万円です。

分類別売上予算 (万円)

| 大分類 | | 中分類 | |
|---------|------|-------|------|
| 単品 | 2000 | ニット | 1200 |
| | | ブラウス | 400 |
| | | カットソー | 400 |
| コーディネート | 3000 | Aブランド | 1500 |
| | | Bブランド | 1000 |
| | | Cブランド | 500 |
| 計 | 5000 | | 5000 |

3. アイテム別型数

以下は分類別売上予算をアイテムごと、ブランドごとに振り分け、整理した表です。

大分類別ブランド別アイテム別売上予算

| | | ニット | ブラウス | カットソー | 計 | |
|---------|-------|------|------|-------|------|------|
| 単品 | | 1200 | 400 | 400 | 2000 | |
| コーディネート | Aブランド | 900 | 300 | 300 | 1500 | 3000 |
| | Bブランド | 600 | 200 | 200 | 1000 | |
| | Cブランド | 300 | 100 | 100 | 500 | |
| 計 | | 3000 | 1000 | 1000 | 5000 | |

アイテム別型数を算出するために、単品とコーディネートのアイテム別売上予算を合算します。

アイテム別売上予算 (万円)

| ニット | ブラウス | カットソー | 計 |
|------|------|-------|------|
| 3000 | 1000 | 1000 | 5000 |

アイテム別の売上予算を元にアイテム別の型数を算出します。

アイテム別型数を売上予算、平均価格、1型当り発注数から割り出します。

ニットの型数を算出します。

発注金額、発注数は仕入れ条件で変わりますが、条件を全く考慮しないで算出します。1型当り販売数を60点とします。

売上予算が3,000万円、平均価格9,900円ですから、販売数は3000万円÷9900円で3030です。

売上金額3000万円、販売数3030枚を実現するためには、3000万円、3030点を仕入れる必要があります。

1型当りの発注数は60点ですから、 $3030 \div 60 = 50$ で、型数は50型となります。

以下、同様にブラウスとカットソーの型数を決めました。

アイテム別型数

| | 売上金額 | 平均価格 | 販売数 | 発注数 | 発注金額 | 1型当り 発注数 | 型数 |
|-------|-------|------|------|------|-------|-------------|----|
| ニット | 3000万 | 9900 | 3030 | 3030 | 3000万 | 60 | 50 |
| ブラウス | 1000万 | 9900 | 1010 | 1010 | 1000万 | 30 | 33 |
| カットソー | 1000万 | 4900 | 2040 | 2040 | 1000万 | 60 | 34 |
| 計 | 5000万 | | | | 5000万 | | |

次に大分類別、アイテム別型数を算出します。

まず大分類別、アイテム別の売上予算は以下の通りです。

大分類別アイテム別売上予算

| | ニット | ブラウス | カットソー | 計 |
|---------|------|------|-------|------|
| お店合計 | 3000 | 1000 | 1000 | 5000 |
| 単品 | 1200 | 400 | 400 | 2000 |
| コーディネート | 1800 | 600 | 600 | 3000 |

まずお店全体のアイテム別型数を整理します。

お店全体のアイテム別型数

| ニット | ブラウス | カットソー |
|-----|------|-------|
| 50 | 33 | 34 |

お店全体の型数を大分類別に振り分けます。ニットは50型です。それを売上に比例させて、振り分けます。つまり、単品は50型の40%で20型、コーディネートは60%なので30型となります。

同様にブラウス33型は単品13型、コーディネート20型、カットソー34型は単品14型、コーディネート20型となります。

大分類別アイテム別型数

| | ニット | ブラウス | カットソー |
|---------|-----|------|-------|
| お店合計 | 50 | 33 | 34 |
| 単品 | 20 | 13 | 14 |
| コーディネート | 30 | 20 | 20 |

4 . アイテム別関心度別型数

アイテム別型数を関心度別に振り分けていきます。

コーディネート構成しているブランド別のアイテム別型数を算出します。

ブランド別売上予算を確認すると、Aブランド 1500 万円、Bブランド 1000 万円、Cブランド 500 万円です。

ブランド別売上予算

| | |
|-------|------|
| Aブランド | 1500 |
| Bブランド | 1000 |
| Cブランド | 500 |
| 計 | 3000 |

大分類の1つ「コーディネート」のアイテム別型数を売上に比例させて、ブランド別に振り分けます。

売場全体と各ブランドのアイテム別型数

| | ニット | ブラウス | カットソー |
|----|-----|------|-------|
| 合計 | 30 | 20 | 20 |
| A | 15 | 10 | 10 |
| B | 10 | 7 | 7 |
| C | 5 | 3 | 3 |

大分類別、アイテム別、ブランド別に振り分けられた型数を整理すると以下の様になります。

大分類別ブランド別アイテム別売上予算

| | | ニット | ブラウス | カットソー |
|---------|-------|-----|------|-------|
| 単品 | | 20 | 13 | 14 |
| コーディネート | Aブランド | 15 | 10 | 10 |
| | Bブランド | 10 | 7 | 7 |
| | Cブランド | 5 | 3 | 3 |
| 計 | | 50 | 33 | 34 |

ニット

ニット 50 型をカーディガン 5 型、Vネック 20 型、クルーネック 15 型、タートル 5 型、ベスト 5 型と決め、それぞれを素材別のウール、カシミア混、カシミア 100%、綿に振り分けていきます。

Vネック 20 型はウール 12 型、カシミア混 3 型、カシミア 100% 4 型、綿 1 型などと決めます。

スタイル別素材別型数

| ニット | ウール | カシミア混 | カシミア 100% | 綿 | 計 |
|--------|-----|-------|-----------|---|----|
| カーディガン | 3 | 1 | 1 | | 5 |
| Vネック | 12 | 3 | 4 | 1 | 20 |
| クルーネック | 9 | 2 | 3 | 1 | 15 |
| タートル | 3 | 1 | 1 | | 5 |
| ベスト | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 計 | 29 | 8 | 10 | 3 | 50 |

ニット 50 型は単品 20 型、コーディネート 30 型に振り分けられました。それぞれをスタイル別、素材別に振り分けます。

単品 20 型をスタイル別のカーディガン 1 型、Vネック 8 型など、そして素材別のウール 12 型、カシミア混 3 型などと振り分けていきます。

単品のスタイル別素材別型数

| ニット | ウール | カシミア混 | カシミア 100% | 綿 | 計 |
|--------|-----|-------|-----------|---|----|
| カーディガン | 1 | 1 | | | 2 |
| Vネック | 5 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| クルーネック | 3 | 1 | 2 | | 6 |
| タートル | 1 | | 1 | | 2 |
| ベスト | 2 | | | | 2 |
| 計 | 12 | 3 | 4 | 1 | 20 |

コーディネート 30 型も同様にスタイル別、素材別に振り分けていきます。

コーディネートスタイル別素材別型数

| ニット | ウール | カシミア混 | カシミア 100% | 綿 | 計 |
|--------|-----|-------|-----------|---|----|
| カーディガン | 2 | | 1 | | 3 |
| Vネック | 7 | 2 | 3 | 1 | 12 |
| クルーネック | 6 | 1 | 2 | 1 | 9 |
| タートル | 2 | 1 | | | 3 |
| ベスト | | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 計 | 17 | 5 | 6 | 2 | 30 |

ニットのコーディネート 30 型をブランド別に分けるとAブランド 15 型、Bブランド 10 型、Cブランド 5 型です。上記のスタイル別素材別型数の表にブランドの型数を記入します。

ニットのブランド別型数

| | ニット |
|----|-----|
| 合計 | 30 |
| A | 15 |
| B | 10 |
| C | 5 |

スタイル別素材別ブランド別型数

| ニット | ウール | カシミア混 | カシミア 100% | 綿 | 計 |
|--------|-------------|---------|-----------|-----|----|
| カーディガン | A×1、B×1 | | A×1 | | 3 |
| Vネック | A×3、B×2、C×2 | A×1、B×1 | A×3 | A×1 | 12 |
| クルーネック | A×2、B×2、C×2 | B×1 | A×2 | A×1 | 9 |
| タートル | B×1、C×1 | B×1 | | | 3 |
| ベスト | | B×1 | A×1 | A×1 | 3 |
| 計 | 17 | 5 | 6 | 2 | 30 |

分類基準「無地・柄」も重要と考えた場合、上記の表に「無地・柄」の項目も網羅した表を作成します。

Vネックのウール 12 型のうち、無地 8 型、柄 4 型などとプランします。

スタイル別素材別柄別型数

| ニット | ウール | | カシミア混 | | カシミア 100% | | 綿 | | 計 |
|--------|-----|---|-------|---|-----------|---|----|---|----|
| | 無地 | 柄 | 無地 | 柄 | 無地 | 柄 | 無地 | 柄 | |
| カーディガン | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| Vネック | 8 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 0 | 20 |
| クルーネック | 7 | 2 | 2 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 15 |
| タートル | 3 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ベスト | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 5 |
| 小計 | 22 | 7 | 7 | 1 | 8 | 2 | 3 | 0 | 50 |
| 合計 | 29 | | 8 | | 10 | | 3 | | |

ブラウス

ブラウス 33 型をボウタイ 3 型、シャツカラー15 型、ショールカラー10 型、スクエア 5 型として、それぞれを柄別に振り分けます。

シャツカラー15 型は無地 3 型、チェック 3 型、ストライプ 2 型、プリント 7 型などと決めます。

デザイン別柄別型数

| ブラウス | 無地 | チェック | ストライプ | プリント | 計 |
|---------|----|------|-------|------|----|
| ボウタイ | 2 | | | 1 | 3 |
| シャツカラー | 3 | 3 | 2 | 7 | 15 |
| ショールカラー | 3 | | | 7 | 10 |
| スクエア | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 |
| 計 | 9 | 4 | 3 | 17 | 33 |

ブラウス 33 型は単品 13 型、コーディネート 20 型に振り分けられました。それぞれをデザイン別、柄別に振り分けます。

大分類別アイテム別型数

| | ニット | ブラウス | カットソー |
|---------|-----|------|-------|
| お店合計 | 50 | 33 | 34 |
| 単品 | 20 | 13 | 14 |
| コーディネート | 30 | 20 | 20 |

単品 13 型をデザイン別のボウタイ 1 型、シャツカラー6 型など、そして柄別の無地 4 型、チェック 1 型などと振り分けていきます。

単品のデザイン別柄別型数

| ブラウス | 無地 | チェック | ストライプ | プリント | 計 |
|---------|----|------|-------|------|----|
| ボウタイ | 1 | | | | 1 |
| シャツカラー | 1 | 1 | 1 | 3 | 6 |
| ショールカラー | 1 | | | 3 | 4 |
| スクエア | 1 | | 1 | | 2 |
| 計 | 4 | 1 | 2 | 6 | 13 |

コーディネート 20 型をデザイン別のボウタイ 2 型、シャツカラー 9 型など、そして柄別の無地 5 型、チェック 3 型などと振り分けていきます。

コーディネートのデザイン別柄別型数

| ブラウス | 無地 | チェック | ストライプ | プリント | 計 |
|---------|----|------|-------|------|----|
| ボウタイ | 1 | | | 1 | 2 |
| シャツカラー | 2 | 2 | 1 | 4 | 9 |
| ショールカラー | 2 | | | 4 | 6 |
| スクエア | | 1 | | 2 | 3 |
| 計 | 5 | 3 | 1 | 11 | 20 |

ブラウスのコーディネート 20 型をブランド別に分けると A ブランド 10 型、B ブランド 7 型、C ブランド 3 型です。

ブラウスのコーディネートのブランド別型数

| | 売上予算 | 型数 |
|----|------|----|
| 合計 | 600 | 20 |
| A | 300 | 10 |
| B | 200 | 7 |
| C | 100 | 3 |

上記のデザイン別柄別型数の表にブランドの型数を記入します。

デザイン別柄別ブランド別型数

| ブラウス | 無地 | チェック | ストライプ | プリント | 計 |
|---------|---------|---------|-------|-------------|----|
| ボウタイ | A×1 | | | B×、C×1 | 2 |
| シャツカラー | A×1、B×1 | A×1、B×1 | A×1 | A×2、B×1、C×1 | 9 |
| ショールカラー | A×1、B×1 | | | A×2、B×1、C×1 | 6 |
| スクエア | | A×1 | | A×1、B×1 | 3 |
| 計 | 5 | 3 | 1 | 11 | 20 |

デザインや柄以外に素材も重要と考えると以下のようなプランが必要になります。

シャツカラー15型の無地3型のうち、綿1型、合繊2型などとプランします。

デザイン別素材別柄別型数

| ブラウス | 計 | 素材 | 小計 | 無地 | チェック | ストライプ | プリント |
|---------|----|----|----|----|------|-------|------|
| ボウタイ | 3 | 綿 | 0 | | | | |
| | | 合繊 | 3 | 2 | | | 1 |
| シャツカラー | 15 | 綿 | 7 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| | | 合繊 | 8 | 2 | 1 | 1 | 4 |
| ショールカラー | 10 | 綿 | 0 | | | | |
| | | 合繊 | 10 | 3 | | | 7 |
| スクエア | 5 | 綿 | 0 | | | | |
| | | 合繊 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 計 | 33 | | 33 | 9 | 4 | 3 | 17 |

カットソー

カットソー34型をポロシャツ11型、Tシャツ15型、スウェット8型として、ポロシャツ、Tシャツは柄別に振り分け、スウェットはトレーナーとパーカーに振り分けます。

ポロシャツ11型は無地8型、柄3型、Tシャツ15型は無地3型、柄12型、スウェット8型はトレーナー3型、パーカー5型などと振り分けていきます。

アイテム別柄別型数

| カットソー | 無地 | 柄 | 計 | トレーナー | パーカー | 計 |
|-------|----|----|----|-------|------|----|
| ポロシャツ | 8 | 3 | 11 | | | 11 |
| Tシャツ | 3 | 12 | 15 | | | 15 |
| スウェット | | | | 3 | 5 | 8 |
| 計 | 11 | 15 | 26 | 3 | 5 | 34 |

カットソー34型は単品14型、コーディネート20型に振り分けられました。それぞれをデザイン別、柄別に振り分けます。

大分類別アイテム別型数

| | ニット | ブラウス | カットソー |
|---------|-----|------|-------|
| お店合計 | 50 | 33 | 34 |
| 単品 | 20 | 13 | 14 |
| コーディネート | 30 | 20 | 20 |

単品14型をアイテム別のポロシャツ5型、Tシャツ6型など、そしてさらにポロシャツ無地3型、柄2型などと振り分けていきます。

単品のアイテム別柄別型数

| カットソー | 無地 | 柄 | 計 | トレーナー | パーカー | 計 |
|-------|----|---|----|-------|------|----|
| ポロシャツ | 3 | 2 | 5 | | | 5 |
| Tシャツ | 1 | 5 | 6 | | | 6 |
| スウェット | | | | 1 | 2 | 3 |
| 計 | 4 | 7 | 11 | 1 | 2 | 14 |

コーディネート 20 型をアイテム別のポロシャツ 6 型、Tシャツ 9 型など、そして柄別のポロシャツ無地 5 型、柄 1 型などと振り分けていきます。

コーディネートのアイテム別柄別型数

| カットソー | 無地 | 柄 | 計 | トレーナー | パーカー | 計 |
|-------|----|---|----|-------|------|----|
| ポロシャツ | 5 | 1 | 6 | | | 6 |
| Tシャツ | 2 | 7 | 9 | | | 9 |
| スウェット | | | | 2 | 3 | 5 |
| 計 | 6 | 9 | 15 | 2 | 3 | 20 |

カットソーのコーディネート 20 型をブランド別に分けると A ブランド 10 型、B ブランド 7 型、C ブランド 3 型です。上記のデザイン別柄別型数の表にブランドの型数を記入します。

ブランド別型数

| | カットソー |
|----|-------|
| 合計 | 20 |
| A | 10 |
| B | 7 |
| C | 3 |

アイテム別柄別ブランド別型数

| カットソー | 無地 | 柄 | 計 | トレーナー | パーカー | 計 |
|-------|---------|-------------|----|---------|---------|----|
| ポロシャツ | A×3、B×2 | A×1 | 6 | | | 6 |
| Tシャツ | B×1、C×1 | A×3、B×2、C×2 | 9 | | | 9 |
| スウェット | | | | A×1、B×1 | A×2、B×1 | 5 |
| 計 | 6 | 9 | 15 | 2 | 3 | 20 |

Tシャツを購入する際に襟のデザインも関心が高い、と判断した場合のプランは以下ようになります。

無地 3 型のうち、Vネック 1 型、クルーネック 2 型、ハイネック 1 型、スクエア 1 型などとプランします。

デザイン別柄別型数

| Tシャツ | 無地 | 柄 | 計 |
|--------|----|----|----|
| Vネック | 1 | 2 | 3 |
| クルーネック | 1 | 7 | 8 |
| ハイネック | | 2 | 2 |
| スクエア | 1 | 1 | 2 |
| 計 | 3 | 12 | 15 |

5 . アイテム別プライス別型数

アイテム型数を決めて関心度別型数を決めたら、次はプライス別型数を決めます。分類基準の優先順位がどうであれ、アイテム別のプライス別型数の決定は必須です。そして、設定したターゲットとの整合性が必要です。

ジャケットを例にして説明します。

取り扱うニットのプライスゾーンは3,900円～19,900円です。ニットのモデレーターのプライスゾーンは3,000円～9,900円、ベターは10,000円～29,900円と決めました。ニットは50型で、ベターのシェアは40%なのでベター、つまり10,000円～19,900円の価格の商品は20型仕入れることになります。モデレーターの3,900円～9,900円の商品は30型です。

このように取り扱う商品全てのグレード別プライスゾーンを決めます。そうすることで、ターゲットのお客様に満足していただける品揃えを実現することができます。

構成アイテムとプライスゾーンは以下の通りです。アイテムごとのグレード別プライスゾーンも以下のように決めました。

構成アイテムとプライスゾーン

| 価格 | ニット | ブラウス | カットソー |
|----|--------|--------|--------|
| 上限 | 19,900 | 12,900 | 10,900 |
| 中心 | 9,900 | 9,900 | 4,900 |
| 下限 | 3,900 | 5,900 | 2,900 |

アイテム別グレード別プライスゾーン

| アイテム | モデレーター | ベター |
|-------|---------------|-----------------|
| ニット | 3,000円～9,900円 | 10,000円～29,900円 |
| ブラウス | 5,000円～9,900円 | 10,000円～29,900円 |
| カットソー | 2,000円～5,900円 | 6,000円～15,900円 |

ニット

ニットもカーディガンとベストではプライスが異なるため、プライス別の型数は、カーディガンはカーディガン、ベストはベストで別々に振り分けていきます。

ニットのプライス別スタイル別型数

| | カーディガン | Vネック | クルー | タートル | ベスト | 計 |
|--------|--------|------|-----|------|-----|----|
| 19,900 | | 1 | 1 | | | 2 |
| 17,900 | 1 | 2 | 1 | 1 | | 5 |
| 15,900 | | 2 | 2 | | 1 | 5 |
| 12,900 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 8 |
| 9,900 | 1 | 6 | 5 | 2 | 1 | 15 |
| 8,900 | | | | 1 | | 1 |
| 7,900 | 1 | 2 | 2 | | 1 | 6 |
| 6,900 | | | | | | |
| 5,900 | 1 | 2 | 1 | | 1 | 5 |
| 4,900 | | | 1 | | | 1 |
| 3,900 | | 2 | | | | 2 |
| 計 | 5 | 20 | 15 | 5 | 5 | 50 |

ニットをアイテムの1つとしてとらえるとカーディガン、Vネックに分けることをアイテム別とは表現できなくなるため、スタイルという表現にしました。これは絶対この用語でなければならないということではなく、個人や企業の決めごとになります。

ブラウス

ブラウス 33 型はボウタイ、シャツカラー、ショールカラー、スクエアのデザイン別にそれぞれ 3 型、15 型、10 型、5 型に振り分けました。そしてプライスゾーンの下限 5,900 円から上限 12,900 円まで、中心プライス 9,900 円の型数が一番多くなるように振り分けていきます。

ブラウスのベターは 10,000 円以上です。ですから、10,000 円以上の型数が 33 型の 40%の 13 型となっています。

ブラウスのプライス別デザイン別型数

| | ボウタイ | シャツカラー | ショールカラー | スクエア | 計 |
|--------|------|--------|---------|------|----|
| 12,900 | | 3 | 1 | 1 | 5 |
| 11,900 | 1 | | | | 1 |
| 10,900 | | 3 | 2 | 2 | 7 |
| 9,900 | 1 | 5 | 4 | | 10 |
| 8,900 | | | | 1 | 1 |
| 7,900 | 1 | 2 | 2 | | 5 |
| 6,900 | | | | 1 | 1 |
| 5,900 | | 2 | 1 | | 3 |
| 計 | 3 | 15 | 10 | 5 | 33 |

カットソー

カットソー6734型をポロシャツ11型、Tシャツ15型、スウェット8型と振り分けて、それぞれの中心プライスの型数が一番多くなるようにプライス別型数を決めます。この3アイテムはプライスが異なるので、別々にプライス別型数を振り分けていった方が良いでしょう。カットソーはアイテムのような使い方をしていますが、元々は編んだものを裁断するという製造方法の名称ということもあり、ポロシャツ、Tシャツなどはアイテムとして確立された言葉なので、アイテム別という表現にしました。

カットソーのベターは6,000円以上です。6,000円以上の型数が34型の40%の13型となっています。

カットソーのプライス別アイテム別型数

| | ポロシャツ | Tシャツ | スウェット | 計 |
|--------|-------|------|-------|----|
| 10,900 | | | 1 | 1 |
| 9,900 | 1 | 1 | | 2 |
| 8,900 | | | 2 | 2 |
| 7,900 | 2 | 2 | | 4 |
| 6,900 | 2 | | 2 | 4 |
| 5,900 | 2 | 3 | 1 | 6 |
| 4,900 | 3 | 5 | 1 | 9 |
| 3,900 | 1 | 2 | 1 | 4 |
| 2,900 | | 2 | | 2 |
| 計 | 11 | 15 | 8 | 34 |

6 . ターゲットとの整合性

グレードは先述した通り、プライス別型数がグレードのバランスと整合性のあるように振り分けられていることが確認できました。エイジとテイストも整合の確認をします。

ターゲット

| | | | |
|------|-------|----------|---------|
| エイジ | ヤング | アダルト | マチュア |
| | 40% | 60% | 0% |
| グレード | ベター | モデレート | バジェット |
| | 40% | 60% | 0% |
| テイスト | アドバンス | アップトゥデート | コンサバティブ |
| | 0% | 60% | 40% |

商品一つ一つがどのエイジに該当するか、どのテイストに該当するかを決めていくことは非常に困難なことです。そこで有名、無名に関わらず、ブランドのコンセプトや購入客層等でブランドの位置づけを決めます。例えばAブランドのエイジはアダルト、テイストはコンサバティブ、グレードはモデレートなどと決めます。大分類「コーディネート」を構成しているブランドはA、B、Cです。その位置づけを以下のようにします。

結果として、単品の位置付けが決まります。グレードはモデレート、テイストはコンサバティブ、エイジはヤングとアダルトとします。

単品 2,000 万円の中身はモデレート 100%、コンサバティブ 100%ですが、エイジはヤングとアダルトが混在します。

| | Aブランド | Bブランド | Cブランド | 単品 |
|------|----------|----------|----------|----------|
| グレード | ベター | モデレート | ベター | モデレート |
| エイジ | アダルト | ヤング | アダルト | ヤング・アダルト |
| テイスト | アップトゥデート | アップトゥデート | アップトゥデート | コンサバティブ |

ブランド別売上予算とシェア

| | Aブランド | Bブランド | Cブランド | 単品 | 計 |
|-------|-------|-------|-------|------|------|
| 売上 | 1500 | 1000 | 500 | 2000 | 5000 |
| 売上シェア | 30% | 20% | 10% | 40% | 100% |

エイジ別、ブランド別の売上予算を確認すると、単品はヤング 1000 万円、アダルト 1000 万円ということが分かります。

エイジ別ブランド別売上予算

| エイジ | Aブランド | Bブランド | Cブランド | 単品 | 計 |
|------|-------|-------|-------|------|------|
| ヤング | | 1000 | | 1000 | 2000 |
| アダルト | 1500 | | 500 | 1000 | 3000 |

ちなみに、グレード別とテイスト別のブランド別売上予算も表にして確認すると以下ようになります。

グレード別ブランド別売上予算

| グレード | Aブランド | Bブランド | Cブランド | 単品 | 計 |
|-------|-------|-------|-------|------|------|
| ベター | 1500 | | 500 | | 2000 |
| モデレート | | 1000 | | 2000 | 3000 |

テイスト別ブランド別売上予算

| テイスト | Aブランド | Bブランド | Cブランド | 単品 | 計 |
|----------|-------|-------|-------|------|------|
| アップトゥデート | 1500 | 1000 | 500 | | 3000 |
| コンサバティブ | | | | 2000 | 2000 |

3) キャラクターショップ

1. ターゲットの設定

キャラクターショップとは、知名度があり、売上の実績もあるブランドで構成されている売場を言います。ブランド特有のキャラクター性を認め、具体的には内装、什器、ボディ、POPなどはブランド色を出します。

編集平場とは対極に有り、キャラクター性の発揮には様々なレベルがありますが、お店の統一性よりブランドの個性を優先します。

売場のコンセプトはエイジで見るとアダルト 100%、テイストはアップトゥデート 100%のブランドで構成するというものです。対象はかなり絞られています。

ターゲットを整理すると以下の通りです。

ターゲット

| | | | |
|------|-------|----------|---------|
| エイジ | ヤング | アダルト | マチュア |
| | 0% | 100% | 0% |
| グレード | ベター | モデレート | バジェット |
| | 40% | 60% | 0% |
| テイスト | アドバンス | アップトゥデート | コンサバティブ |
| | 0% | 100% | 0% |

構成アイテムとプライスゾーンは以下の通りです。

アイテム別プライスゾーン

| 価格 | ジャケット | スカート | パンツ | コート | ブラウス | カットソー | ニット | ワンピース |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 上限 | 39,000 | 28,900 | 28,900 | 69,000 | 12,900 | 10,900 | 19,900 | 49,000 |
| 中心 | 17,900 | 9,900 | 9,900 | 19,900 | 9,900 | 4,900 | 9,900 | 11,900 |
| 下限 | 14,900 | 7,900 | 7,900 | 14,900 | 5,900 | 2,900 | 3,900 | 6,900 |

2. 商品分類の大・中・小分類の決定

ここでは売場作りのレベルがどうであろうと、立てるべきMDプランを見ていきます。MDもVMDも販売も全て先方にお任せするという、いわゆる場所貸しならプランの作成は不要ですが、MDは店側が責任を負うのなら、プラン作成は必須です。

予算を組み立てる時や売上の分析をする時にはもちろん、まずはブランド別の売り上げがどうなのかを点検するので、大分類はブランド別となります。

ブランドはA、B、C、Dの4ブランドとします。それが大分類となります。

中分類はアイテム別の「ジャケット」「スカート」「パンツ」「コート」「ブラウス」「カットソー」「ニット」「ワンピース」になります。小分類はアイテムごとにそれぞれスタイル別、デザイン別、オケージョン別などになります。

分類基準と大・中・小分類、そして大・中分類別売上予算は以下の通りです。

分類基準

| 大分類 | 中分類 | 小分類 |
|------|------|--------------|
| ブランド | アイテム | デザイン・スタイル・素材 |

商品分類

| 大分類 | 中分類 | 小分類 |
|-------|-------|-----------------------------|
| Aブランド | ジャケット | テーラード、スタンド、ブルゾン、レザー |
| | スカート | ミニ、膝丈、ロング |
| | パンツ | ストレート、ブーツカット、バギー、スキニー |
| | コート | ウール、綿、レザー、ダウンジャケット、ダウンコート |
| | ブラウス | ボウタイ、シャツカラー、ショールカラー、スクエア |
| | カットソー | ポロシャツ、Tシャツ、スウェット |
| | ニット | Vネック、クルーネック、タートル、ベスト、カーディガン |
| | ワンピース | カットソー、ニット、綿、ウール、合繊 |
| Bブランド | ジャケット | テーラード、スタンド、ブルゾン、レザー |
| | スカート | ミニ、膝丈、ロング |
| | パンツ | ストレート、ブーツカット、バギー、スキニー |
| | コート | ウール、綿、レザー、ダウンジャケット、ダウンコート |
| | ブラウス | ボウタイ、シャツカラー、ショールカラー、スクエア |
| | カットソー | ポロシャツ、Tシャツ、スウェット |
| | ニット | Vネック、クルーネック、タートル、ベスト、カーディガン |
| | ワンピース | カットソー、ニット、綿、ウール、合繊 |
| Cブランド | ジャケット | テーラード、スタンド、ブルゾン、レザー |
| | スカート | ミニ、膝丈、ロング |
| | パンツ | ストレート、ブーツカット、バギー、スキニー |
| | コート | ウール、綿、レザー、ダウンジャケット、ダウンコート |
| | ブラウス | ボウタイ、シャツカラー、ショールカラー、スクエア |
| | カットソー | ポロシャツ、Tシャツ、スウェット |
| | ニット | Vネック、クルーネック、タートル、ベスト、カーディガン |
| | ワンピース | カットソー、ニット、綿、ウール、合繊 |
| Dブランド | ジャケット | テーラード、スタンド、ブルゾン、レザー |
| | スカート | ミニ、膝丈、ロング |
| | パンツ | ストレート、ブーツカット、バギー、スキニー |
| | コート | ウール、綿、レザー、ダウンジャケット、ダウンコート |
| | ブラウス | ボウタイ、シャツカラー、ショールカラー、スクエア |
| | カットソー | ポロシャツ、Tシャツ、スウェット |
| | ニット | Vネック、クルーネック、タートル、ベスト、カーディガン |
| | | |

| | | |
|--|-------|--------------------|
| | ワンピース | カットソー、ニット、綿、ウール、合繊 |
|--|-------|--------------------|

売上予算 (万円)

| | | | |
|-------|------|-------|-----|
| Aブランド | 2000 | ジャケット | 100 |
| | | スカート | 500 |
| | | パンツ | 300 |
| | | コート | 500 |
| | | ブラウス | 80 |
| | | カットソー | 200 |
| | | ニット | 240 |
| | | ワンピース | 80 |
| Bブランド | 1200 | ジャケット | 60 |
| | | スカート | 300 |
| | | パンツ | 180 |
| | | コート | 300 |
| | | ブラウス | 50 |
| | | カットソー | 120 |
| | | ニット | 140 |
| | | ワンピース | 50 |
| Cブランド | 1000 | ジャケット | 50 |
| | | スカート | 250 |
| | | パンツ | 150 |
| | | コート | 250 |
| | | ブラウス | 40 |
| | | カットソー | 100 |
| | | ニット | 120 |
| | | ワンピース | 40 |
| Dブランド | 800 | ジャケット | 40 |
| | | スカート | 200 |
| | | パンツ | 120 |
| | | コート | 200 |
| | | ブラウス | 30 |
| | | カットソー | 80 |

| | | | |
|---|------|-------|------|
| | | ニット | 100 |
| | | ワンピース | 30 |
| 計 | 5000 | | 5000 |

アイテム別売上予算とブランド別売上予算をマトリックスにして整理しました。

アイテム別ブランド別売上予算

| アイテム | A ブランド | B ブランド | C ブランド | D ブランド | 計 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ジャケット | 100 万 | 60 万 | 50 万 | 40 万 | 250 万 |
| スカート | 500 万 | 300 万 | 250 万 | 200 万 | 1250 万 |
| パンツ | 300 万 | 180 万 | 150 万 | 120 万 | 750 万 |
| コート | 500 万 | 300 万 | 250 万 | 200 万 | 1250 万 |
| ブラウス | 80 万 | 50 万 | 40 万 | 30 万 | 200 万 |
| カットソー | 200 万 | 120 万 | 100 万 | 80 万 | 500 万 |
| ニット | 240 万 | 140 万 | 120 万 | 100 万 | 600 万 |
| ワンピース | 80 万 | 50 万 | 40 万 | 30 万 | 200 万 |
| 計 | 2000 万 | 1200 万 | 1000 万 | 800 万 | 5000 万 |

3. アイテム別型数

ブランドごとにアイテム別型数を算出します。

Aブランドは売上予算 2000 万円です。

売上予算 (万円)

| | | | |
|-------|------|-------|-----|
| Aブランド | 2000 | ジャケット | 100 |
| | | スカート | 500 |
| | | パンツ | 300 |
| | | コート | 500 |
| | | ブラウス | 80 |
| | | カットソー | 200 |
| | | ニット | 240 |
| | | ワンピース | 80 |

Aブランドのアイテム別型数を算出します。

Aブランド 2,000 万円の売上予算のアイテム別型数

| | 売上金額 | 平均価格 | 販売数 | 発注数 | 発注金額 | 1型当り 発注数 | 型数 |
|-------|--------|--------|-----|-----|--------|-------------|----|
| ジャケット | 100 万 | 18,000 | 56 | 56 | 100 万 | 8 | 7 |
| スカート | 500 万 | 10,000 | 500 | 500 | 500 万 | 15 | 33 |
| パンツ | 300 万 | 10,000 | 300 | 300 | 300 万 | 10 | 30 |
| コート | 500 万 | 20,000 | 250 | 250 | 500 万 | 10 | 25 |
| ブラウス | 80 万 | 10,000 | 80 | 80 | 80 万 | 6 | 13 |
| カットソー | 200 万 | 5,000 | 400 | 400 | 200 万 | 15 | 27 |
| ニット | 240 万 | 10,000 | 240 | 240 | 240 万 | 12 | 20 |
| ワンピース | 80 万 | 12,000 | 66 | 66 | 80 万 | 6 | 11 |
| 計 | 2000 万 | | | | 2000 万 | | |

ブランドB、C、Dも同様にアイテム別型数を算出します。

Bブランドのアイテム別型数を算出します。

Bブランド1,200万円の売上予算のアイテム別型数

| | 売上金額 | 平均価格 | 販売数 | 発注数 | 発注金額 | 1型当り 発注数 | 型数 |
|-------|-------|--------|-----|-----|-------|-------------|----|
| ジャケット | 60万 | 18,000 | 33 | 33 | 60万 | 8 | 4 |
| スカート | 300万 | 10,000 | 300 | 300 | 300万 | 15 | 20 |
| パンツ | 180万 | 10,000 | 180 | 180 | 180万 | 10 | 18 |
| コート | 300万 | 20,000 | 150 | 150 | 300万 | 10 | 15 |
| ブラウス | 50万 | 10,000 | 50 | 50 | 50万 | 6 | 8 |
| カットソー | 120万 | 5,000 | 240 | 240 | 120万 | 15 | 16 |
| ニット | 140万 | 10,000 | 140 | 140 | 140万 | 12 | 12 |
| ワンピース | 50万 | 12,000 | 41 | 41 | 50万 | 6 | 7 |
| 計 | 1200万 | | | | 1200万 | | |

Cブランドのアイテム別型数を算出します。

Cブランド1,000万円の売上予算のアイテム別型数

| | 売上金額 | 平均価格 | 販売数 | 発注数 | 発注金額 | 1型当り 発注数 | 型数 |
|-------|-------|--------|-----|-----|-------|-------------|----|
| ジャケット | 50万 | 18,000 | 28 | 28 | 50万 | 8 | 3 |
| スカート | 250万 | 10,000 | 250 | 250 | 250万 | 15 | 16 |
| パンツ | 150万 | 10,000 | 150 | 150 | 150万 | 10 | 15 |
| コート | 250万 | 20,000 | 125 | 125 | 250万 | 10 | 12 |
| ブラウス | 40万 | 10,000 | 40 | 40 | 40万 | 6 | 7 |
| カットソー | 100万 | 5,000 | 200 | 200 | 100万 | 15 | 13 |
| ニット | 120万 | 10,000 | 120 | 120 | 120万 | 12 | 10 |
| ワンピース | 40万 | 12,000 | 33 | 33 | 40万 | 6 | 6 |
| 計 | 1000万 | | | | 1000万 | | |

Dブランドのアイテム別型数を算出します。

Dブランド 800万円の売上予算のアイテム別型数

| | 売上金額 | 平均価格 | 販売数 | 発注数 | 発注金額 | 1型当り 発注数 | 型数 |
|-------|------|--------|-----|-----|------|-------------|----|
| ジャケット | 40万 | 18,000 | 22 | 22 | 40万 | 8 | 3 |
| スカート | 200万 | 10,000 | 200 | 200 | 200万 | 15 | 13 |
| パンツ | 120万 | 10,000 | 120 | 120 | 120万 | 10 | 12 |
| コート | 200万 | 20,000 | 100 | 100 | 200万 | 10 | 10 |
| ブラウス | 30万 | 10,000 | 30 | 30 | 30万 | 6 | 5 |
| カットソー | 80万 | 5,000 | 160 | 160 | 80万 | 15 | 11 |
| ニット | 100万 | 10,000 | 100 | 100 | 100万 | 12 | 8 |
| ワンピース | 30万 | 12,000 | 25 | 25 | 30万 | 6 | 4 |
| 計 | 800万 | | | | 800万 | | |

売場全体のアイテム別の売上予算は以下の通りです。

アイテム別売上予算

(万円)

| ジャケット | スカート | パンツ | コート | ブラウス | カットソー | ニット | ワンピース | 計 |
|-------|------|-----|------|------|-------|-----|-------|------|
| 250 | 1250 | 750 | 1250 | 200 | 500 | 600 | 200 | 5000 |

売場全体のアイテム別型数を算出します。

アイテム別型数の算出

| | 売上金額 | 平均価格 | 販売数 | 発注数 | 発注金額 | 1型当り 発注数 | 型数 |
|-------|-------|--------|------|------|-------|-------------|----|
| ジャケット | 250万 | 18,000 | 139 | 139 | 250万 | 8 | 17 |
| スカート | 1250万 | 10,000 | 1250 | 1250 | 1250万 | 15 | 84 |
| パンツ | 750万 | 10,000 | 750 | 750 | 750万 | 10 | 75 |
| コート | 1250万 | 20,000 | 625 | 625 | 1250万 | 10 | 62 |
| ブラウス | 200万 | 10,000 | 200 | 200 | 200万 | 6 | 33 |
| カットソー | 500万 | 5,000 | 1000 | 1000 | 500万 | 15 | 67 |
| ニット | 600万 | 10,000 | 600 | 600 | 600万 | 12 | 50 |
| ワンピース | 200万 | 12,000 | 167 | 167 | 200万 | 6 | 28 |
| 計 | 5000万 | | | | 5000万 | | |

アイテム別型数をブランド別に整理した一覧表です。

アイテム別ブランド別型数

| アイテム | Aブランド | Bブランド | Cブランド | Dブランド | 計 |
|-------|-------|-------|-------|-------|----|
| ジャケット | 7 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| スカート | 33 | 20 | 16 | 13 | 84 |
| パンツ | 30 | 18 | 15 | 12 | 75 |
| コート | 25 | 15 | 12 | 10 | 62 |
| ブラウス | 13 | 8 | 7 | 5 | 33 |
| カットソー | 27 | 16 | 13 | 11 | 67 |
| ニット | 20 | 12 | 10 | 8 | 50 |
| ワンピース | 11 | 7 | 6 | 4 | 28 |

4 . アイテム別関心度別型数

ブランドのキャラクター性を重視しているので、アイテム別型数を関心度別に振り分けるのはブランドごとに行うのがふつうと思いますが、売場全体でブ
ランする場合の例を紹介します。

ジャケットを例に取り、アイテム別型数を関心別に振り分けます。
まずアイテム別型数を確認します。

アイテム別型数

| ジャケット | スカート | パンツ | コート | ブラウス | カットソー | ニット | ワンピース |
|-------|------|-----|-----|------|-------|-----|-------|
| 17 | 84 | 75 | 62 | 33 | 67 | 50 | 28 |

ジャケットの第1分類、第2分類を以下の表のようにします。

| 第1分類 | 第2分類 |
|-------|-----------------|
| テーラード | ウール、綿 |
| スタンド | ウール、綿 |
| ブルゾン | ウール、綿 |
| レザー | テーラード、スタンド、ブルゾン |

17型を第1分類、第2分類別、つまりデザイン、素材別に振り分けます。

ジャケット 17型をテーラード7型、スタンド3型、ブルゾン5型、レザー2型としました。テーラード7型はウール5型、綿2型に振り分けます。スタンド3型はウール2型、綿1型、ブルゾン5型はウール2型、綿3型と振り分けていきます。

デザイン別素材別型数

| ジャケット | ウール | 綿 | 計 | レザー | 合計 |
|-------|-----|---|----|-----|----|
| テーラード | 5 | 2 | 7 | | 7 |
| スタンド | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 |
| ブルゾン | 2 | 3 | 5 | 1 | 6 |
| 計 | 9 | 6 | 15 | 2 | 17 |

以下はレザーを除いたジャケット 15 型を素材別、柄別に振り分けた例です。

素材別柄別型数

| ジャケット | ウール | | 綿 | | 計 |
|-------|-----|---|----|---|----|
| | 無地 | 柄 | 無地 | 柄 | |
| テーラード | 4 | 1 | 2 | | 7 |
| スタンド | 2 | | 1 | | 3 |
| ブルゾン | 2 | | 2 | 1 | 5 |
| 小計 | 8 | 1 | 5 | 1 | 15 |
| 合計 | 9 | | 6 | | |

これらのプランにブランド名を組み込みます。

まず、ジャケット 17 型のブランド別型数を確認します。

| アイテム | A ブランド | B ブランド | C ブランド | D ブランド | 計 |
|-------|--------|--------|--------|--------|----|
| ジャケット | 7 | 4 | 3 | 3 | 17 |

これと整合性を図りながら以下のプランにブランド名を組み込んでいきます。

デザイン別素材別型数

| ジャケット | ウール | 綿 | 計 | レザー | 合計 |
|-------|-------------|-------------|----|-----|----|
| テーラード | A×2、B×2、C×1 | A×1、B×1 | 7 | | 7 |
| スタンド | D×1、C×1 | D×1 | 3 | A×1 | 4 |
| ブルゾン | A×1、C×1 | A×1、B×1、D×1 | 5 | A×1 | 6 |
| 計 | 9 | 6 | 15 | 2 | 17 |

スカートなど他のアイテムも同様に関心度別に振り分けます。

このプランを様々な切り口で立てることにより、品揃えの修正のバリエーションが増え、品揃えを限りなく需要に近づけられるようになります。

ブランドごとにプランを作る例です。

Aブランドのジャケット7型を関心动別に分けた例です。

Aブランドのデザイン別素材別型数

| ジャケット | ウール | 綿 | 計 | レザー | 合計 |
|-------|-----|---|---|-----|----|
| テーラード | 2 | 1 | 3 | | 3 |
| スタンド | | | | 1 | 1 |
| ブルゾン | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 計 | 3 | 2 | 5 | 2 | 7 |

B、C、Dの各ブランドも同様のプランを立てます。

Bブランドのデザイン別素材別型数

| ジャケット | ウール | 綿 | 計 | レザー | 合計 |
|-------|-----|---|---|-----|----|
| テーラード | 2 | 1 | 3 | | 3 |
| スタンド | | | | | |
| ブルゾン | | 1 | 1 | | 1 |
| 計 | 2 | 2 | 4 | | 4 |

Cブランドのデザイン別素材別型数

| ジャケット | ウール | 綿 | 計 | レザー | 合計 |
|-------|-----|---|---|-----|----|
| テーラード | 1 | | 1 | | 1 |
| スタンド | 1 | | 1 | | 1 |
| ブルゾン | 1 | | 1 | | 1 |
| 計 | 3 | | 3 | | 3 |

Dブランドのデザイン別素材別型数

| ジャケット | ウール | 綿 | 計 | レザー | 合計 |
|-------|-----|---|---|-----|----|
| テーラード | | | | | |
| スタンド | 1 | 1 | 2 | | 2 |
| ブルゾン | | 1 | 1 | | 1 |
| 計 | 1 | 2 | 3 | | 3 |

5 . アイテム別プライス別型数

アイテムごとのプライスゾーンです。

アイテム別プライスゾーン

| 価格 | ジャケット | スカート | パンツ | コート | ブラウス | カットソー | ニット | ワンピース |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 上限 | 39,000 | 28,900 | 28,900 | 69,000 | 12,900 | 10,900 | 19,900 | 49,000 |
| 中心 | 17,900 | 9,900 | 9,900 | 19,900 | 9,900 | 4,900 | 9,900 | 11,900 |
| 下限 | 14,900 | 7,900 | 7,900 | 14,900 | 5,900 | 2,900 | 3,900 | 6,900 |

アイテムごとのグレード別プライスゾーンを以下の様に決めました。

アイテム別グレード別プライスゾーン一例

| アイテム | モデレート | ベター |
|-------|---------------------|---------------------|
| ジャケット | 15,000 円 ~ 29,900 円 | 30,000 円 ~ 49,000 円 |
| スカート | 7,000 円 ~ 15,900 円 | 16,000 円 ~ 29,900 円 |
| パンツ | 7,000 円 ~ 15,900 円 | 16,000 円 ~ 29,900 円 |
| コート | 15,000 円 ~ 29,900 円 | 30,000 円 ~ 69,000 円 |
| ブラウス | 5,000 円 ~ 9,900 円 | 10,000 円 ~ 29,900 円 |
| カットソー | 3,000 円 ~ 5,900 円 | 6,000 円 ~ 15,900 円 |
| ニット | 3,000 円 ~ 9,900 円 | 10,000 円 ~ 29,900 円 |
| ワンピース | 7,000 円 ~ 15,900 円 | 16,000 円 ~ 49,000 円 |

アイテム別型数

| ジャケット | スカート | パンツ | コート | ブラウス | カットソー | ニット | ワンピース |
|-------|------|-----|-----|------|-------|-----|-------|
| 17 | 84 | 75 | 62 | 33 | 67 | 50 | 28 |

全てのアイテムのプライス別型数を決めなければなりません、ジャケットを例に取ります。

ターゲットはベターが 40%、モデレートで 60%と決めました。

ジャケットは 17 型なので 30,000 円以上のベターが 40%の 7 型、29,900 円以下のモデレートが 60%の 10 型となります。

この例ではレザー 2 型は 39,000 円 1 型、36,000 円 1 型となりました。ジャケット全体では 39,000 円 2 型、36,000 円 2 型、30,000 円 3 型、22,900 円 3 型、

17,900 円 5 型、14,900 円 2 型となりました。

ジャケットのプライス別デザイン別型数

| | テーラード | スタンド | ブルゾン | レザー | 計 |
|--------|-------|------|------|-----|----|
| 39,000 | 1 | | | 1 | 2 |
| 36,000 | 1 | | | 1 | 2 |
| 30,000 | 1 | 1 | 1 | | 3 |
| 22,900 | 1 | 1 | 1 | | 3 |
| 17,900 | 2 | 1 | 2 | | 5 |
| 14,900 | 1 | | 1 | | 2 |
| 計 | 7 | 3 | 5 | 2 | 17 |

他のアイテムも同様プライス別型数のプランを立てます。

それからプライス別型数のプランにもブランド名を組み込んでいきます。

以下のブランド別型数と整合性を図りながら、プランを組み立てます。

| アイテム | A ブランド | B ブランド | C ブランド | D ブランド | 計 |
|-------|--------|--------|--------|--------|----|
| ジャケット | 7 | 4 | 3 | 3 | 17 |

ジャケットのプライス別デザイン別ブランド別型数

| | テーラード | スタンド | ブルゾン | レザー | 計 |
|--------|-------------|-------|-------------|-------|----|
| 39,000 | A × 1 | | | A × 1 | 2 |
| 36,000 | A × 1 | | | A × 1 | 2 |
| 30,000 | B × 1 | C × 1 | A × 1 | | 3 |
| 22,900 | A × 1 | C × 1 | A × 1 | | 3 |
| 17,900 | B × 1、C × 1 | D × 1 | B × 1、D × 1 | | 5 |
| 14,900 | B × 1 | | D × 1 | | 2 |
| 計 | 7 | 3 | 5 | 2 | 17 |

ブランドごとにプランを作る例です。

Aブランドのジャケット7型をプライス別に振り分けた例です。

Aブランドのジャケットのプライス別デザイン別型数

| | テーラード | スタンド | ブルゾン | レザー | 計 |
|--------|-------|------|------|-----|---|
| 39,000 | 1 | | | 1 | 2 |
| 36,000 | 1 | | | 1 | 2 |
| 30,000 | | | 1 | | 1 |
| 22,900 | 1 | | 1 | | 2 |
| 17,900 | | | | | |
| 14,900 | | | | | |
| 計 | 3 | | 2 | 2 | 7 |

Bブランドのジャケット7型をプライス別に振り分けた例です。

Bブランドのジャケットのプライス別デザイン別型数

| | テーラード | スタンド | ブルゾン | レザー | 計 |
|--------|-------|------|------|-----|---|
| 39,000 | | | | | |
| 36,000 | | | | | |
| 30,000 | 1 | | | | 1 |
| 22,900 | | | | | |
| 17,900 | 1 | | 1 | | 2 |
| 14,900 | 1 | | | | 1 |
| 計 | 3 | | 1 | | 4 |

Cブランドのジャケット7型をプライス別に振り分けた例です。

Cブランドのジャケットのプライス別デザイン別型数

| | テーラード | スタンド | ブルゾン | レザー | 計 |
|--------|-------|------|------|-----|---|
| 39,000 | | | | | |
| 36,000 | | | | | |
| 30,000 | | 1 | | | 1 |
| 22,900 | | 1 | | | 1 |
| 17,900 | 1 | | | | 1 |
| 14,900 | | | | | |
| 計 | 1 | 2 | | | 3 |

Dブランドのジャケット7型をプライス別に振り分けた例です。

Dブランドのジャケットのプライス別デザイン別型数

| | テーラード | スタンド | ブルゾン | レザー | 計 |
|--------|-------|------|------|-----|---|
| 39,000 | | | | | |
| 36,000 | | | | | |
| 30,000 | | | | | |
| 22,900 | | | | | |
| 17,900 | | 1 | 1 | | 2 |
| 14,900 | | | 1 | | 1 |
| 計 | | 1 | 2 | | 3 |

ジャケット以外のアイテムも全て同様にプライス別型数を決めていきます。

6 . ターゲットとの整合性

売場のコンセプト通り、エイジはアダルトに、テイストはアップトゥデイトに100%絞り込まれているので、該当ブランドで構成することにより、整合性は取れていることとなります。

| | | | |
|------|-------|----------|---------|
| エイジ | ヤング | アダルト | マチュア |
| | 0% | 100% | 0% |
| グレード | ベター | モデレート | バジェット |
| | 40% | 60% | 0% |
| テイスト | アドバンス | アップトゥデイト | コンサバティブ |
| | 0% | 100% | 0% |

グレードはベター40%、モデレート 60%の比率ですが、プライス別型数をプランする際に、それを考慮しながら決めることで整合性が図られます。

ジャケットの例のように、17型のうち40%の7型はベターの3万円以上なので、そうなるようにプランしました。他のアイテムでも同様にプランすることで整合性が図られます。

このような売場は実際にエイジ、グレード、テイストは絞り込まれていることが多く、ターゲットとの整合性に時間を取られることは少ないと思いますが、仮に絞り込まれていないような場合には、コートショップで示したように、ブランドの位置付けを明確にしてから、誘致に動くことで解決できます。

エイジ、テイストでのブランドの位置付けを、商品一つ一つ点検して決めることは不可能なので、ブランドのコンセプトやイメージ、購入客層などから総合的に判断することとなります。

それらを考慮してブランドの構成を決めると、ターゲットと品揃えの整合性は当初から取れていることとなります。