

FBへの提案

ショーアンドテル代表 武永 昭光

数年前、「人は見た目が9割」という本がベストセラーになりましたが、小売りの科学と感性について整理してみたいところ、「小売りの科学が9割」と確信するにいたりました。マーチャントライジング(MD)、ビジュアルマーチャントライジング(VMD)に関して、項目ごとに科学と感性に分けて整理し、その際、大半は科学が占めることを改めて確認できました。その一部を紹介します。

ところで、小売りの科学とは、長期的な売り上げと利益を継続するために、誰もが実施すべきことで、個人の感性など発揮する余地のないことです。「基本原則」は科学、「センス」は感性、「ルール」は科学、「裁量」は感性、「理論」は科学、「感情」は感性、「理解する」のが科学、「磨く」のが感性、「個」は感性、また、科学は「絶対」、感性は「相対」といえます。

価格帯の決定は科学

商品分類の決定は科学です。MDプランの中身を決める際には科学と感性の両方が必要になりますが、商品分類の大、中、小分類の

小売りは科学9割、感性1割

二つの整理が想像以上の効果を

決定には感性を發揮する場面などなく、100%科学といえます。

グレードのバランスの決定は科学です。グレードのバランスはターゲットの取り合せて決めます。つまり、ベター30%、モデル70%などバランスを決定します。これはターゲットの設定により、自然に決まることで、個人の感性で勝手に決めることなどできないことです。科学で

プライスゾーンの決定は科学です。プライスゾーンはグレードのバランスと整合性がなければなりません。競合店の状況に配慮することも必要ですが、グレードのバランスに準じて決めます。プライスゾーンの決定に感性の入り込む余地はなく、科学といえます。

プライスラインを絞ることは科学です。プライスラインを絞ることは科学です。プライスラインを絞ることは科学です。プライスラインを絞ることは科学です。

MD、VMDの科学と感性

項目	科学	感性
M D1 : 商品分類の決定	○	×
M D2 : グレードのバランスの決定	○	×
M D3 : プライスゾーンの決定	○	×
M D4 : プライスラインの絞り込み	○	×
M D5 : 大・中・小分類のバランスの決定	○	○
VMD1: 展開分類の決定	○	×
VMD2: 定数・定量の維持	○	×
VMD3: ディスプレー商品選定の原則	○	×
VMD4: ディスプレーの構成の原則	○	×
VMD5: テーマの絞り込み	○	×

○必要あり ×必要なし

インを絞ることはプラス面の方が多く、必ず実施すべきことなので科学といえます。

大・中・小分類のバランスの決定は科学と感性です。データをもとにバランスを決めるのは科学、それに自身の勘をプラスすることは感性です。最終的には科学と感性の両方で決定します。

そのため、立ち寄り率を下げるため、まだ目にしていない商品を視認してもらうため、売りたい商品を売るため、売りに上げる理由があり、個人の感性で否定できることではないので科学です。

ディスプレイの構成を原則に沿って作ることは科学です。目にしてもらうため、目にした時に安心感を与えるため、印象づけるためなど、売りに上げる効果のある、原則に沿った構成をつくることは科学です。

決め方を決める

感性重視と考えがちなMDも実は科学が重要であり、イコール、ディスプレイと解釈されることの多いVMDも、大部分は科学が占めることを分かっていただけたと思います。

「科学」と「感性」に分けて整理することは、何についても重要なことで、その効果は想像以上に大きい、そう考えます。「科学」については皆が守ります。「感性」は人により様々で、好き勝手を言い始めるので、決まることがなくなるので、決めるべきです。それで大概のことは収まります。

テーマ絞るのも科学

展開分類を決定することは科学です。顧客の購入基準に優先順位をつけて展開分類を決めることは科学です。そして、見たいの美しさによる展開分類の決定も科学です。美しいかどうかを判断するのは感性といえますが、美しさを展開分類決定の判断基準の一つに加えることは科学です。

定数・定量のルールを守ることは科学です。会社が正式に決めたルールは絶対。誰もが守らなければならぬので科学です。ディスプレイ商品を選定する時の原則は科学です。原則には中身を瞬時に伝える

感性に関する決め方は、例えば責任者が決める、多数決で決める、感性の優れた人、あるいは専門家が決めるなどです。感性については無駄な時間を費やすことも多いので決め方を決めるのです。

定数・定量のルールを守ることは科学です。会社が正式に決めたルールは絶対。誰もが守らなければならぬので科学です。ディスプレイ商品を選定する時の原則は科学です。原則には中身を瞬時に伝える

発信する情報が多くなくなり、その情報が確実に伝わると、売りに上げるにはプラスに作用します。このように、テーマの絞り込みは売りの上げの増加をもたらす、誰もが実施すべきことなので科学といえます。

科学は誰もが当たり前に実施します。そうすることで、あらゆる仕事の効率が上がる、そう確信していきましょう。