

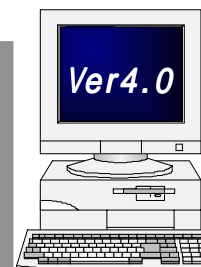
棚POWERインフォメーション

棚割りシーズンもいよいよ本番です。



Vol.12

98.2.13発行



I Concept
サポートセンター

TEL(06)821-2571(代)
FAX(06)821-2572

Ver4.0機能トピック2

●配置調整全合一括機能

フェイスングで新規に商品を入挿する場合や移動・複写の際に、右詰めか左詰めかなどといった配置方法を選択しますね。それ以外にこの機能を使えば陳列済商品を棚ごとで調整することはもちろん、全台の商品配置を一度に変更することができます。

●表示モード機能

「取り扱いアイテムが増えてくると商品のイメージ登録がなかなか追いつかない。フェイスング画面でイメージのあるものとないものが混在して品雑だ」というときに、すべての商品をダミーイメージに変更できます。あわせて、枠内に表示する項目も[商品リスト・設定]で変更できます。

●ゾーニング機能

商品を陳列する場合、同一カテゴリ商品はなるべく同じ位置に陳列してあった方が買い手から見た場合わかりやすいといわれ、棚割では非常に重要なことです。このようにあらかじめ商品の並びを括っておく場合にこの機能は有効です。色(カテゴリ)別に設定し、その色を什器の各棚に反映させることもできます。また、色は商品リストにも対応しています。

●売上予測機能

売場の売上げを随時確認しながらフェイスングで売場をつくったり、または編集できます。フェイスパワー・棚位置パワー・アイテムパワーをもとに売上げを予測しますので、売場を改善する際の参考にできます。(ただし、回帰分析や季節指数分析を行なうものではありません)

●参照モデルから編集モデルへのコピー

過去に作成したモデルを保存しておけば、フェイスング画面で編集中モデルと同時に表示させ参照することができます。さらに商品複写の際は、参照モデルに陳列されている商品をそのままコピーして編集モデルへ陳列可能です。また仮置きウインドウへの複写も行なえます。

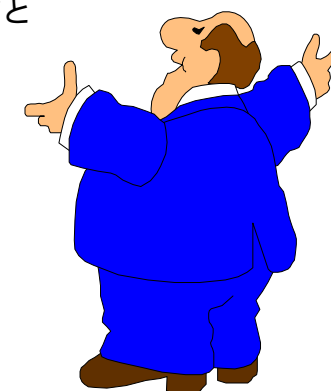
●使用棚情報

作成したモデルで使用している什器の背板・棚板・フック・仕切板などのサイズや各数量を集計して出力できます。新店出展の際などに必要な棚の情報も他の帳票と同様に印刷またはファイル出力が行なえますので、現場の作業に必要な情報も簡単に指示できます。

実戦型品揃え支援システムMDPOWERをリリース

前回の棚POWERインフォメーションでもご案内いたしました、1月から「MDPOWER」の発売を開始いたしました。実戦型品揃え支援システムというキャッチフレーズが示す通り、非常にシンプルな分析ステップと簡単な操作で誰もが活用していただけるツールとなっています。棚POWER95での分析検証機能でもさまざまな角度から売場の特性を把握できますが、その分析対象はあくまで現状の売場でした。売場単位での品揃え具合やゾーニングのまとめ具合などといった現状の特性は極めてわかりやすく把握していただくことが可能ですが、その前に、売場を構成する個々の商品がもつさまざまな特性を的確に把握したうえで実際の棚割(フェイスング)を行なうことが、いわゆる“良い売場”あるいは“良い品揃え・顧客から支持される店作り”という目標を実現するために必要なことだと考えます。

その実現のためにMDPOWERでは、店舗データや市場データなど最大4つのPOSデータを使用して、更に任意の角度から階層を最大4段階まで追った分析が可能となっています。また、各階層毎でカテゴリの階層分析、トレンド分析、POS比較単品分析、2店舗の比較・カテゴリクロス(マトリックス)単品分析、価格帯分析等様々な分析を簡単な操作で視覚的に行なえます。現在のところ、既に導入決定された企業様を含め50社あまりが導入を検討されています。



MDPOWER機能評価期間限定版について



現在「MDPOWER機能評価期間限定版」をご希望により無償でご提供しています。デモデータを使ってMDPOWERの分析ステップを実際に体感していただけます。(ご試用期間は平成10年6月30日まで)
まだお申し込みいただいておられないユーザー様でご希望の方は、お早めにサポートセンターまでご連絡下さい。操作マニュアルとあわせてお届けいたします。

棚POWER Ver2.2から棚POWER95への無償バージョンアップは平成10年6月30日までです。また、Ver2.2からお使いのユーザー様に限り95版を追加購入される場合の価格をVer2.2の価格でご提供する特別キャンペーンも平成10年6月30日までです。お申し込みがまだのユーザー様・95版追加購入検討中のユーザー様はぜひお早めに！

MD-i n g講座 ⑥ ●商品構成●

今回から“商品構成”について解説していきます。小売業の経営は、商品の販売を通じて適正な利益を確保する目的があります。この経営目標を達成するために、顧客ニーズに合った商品を、適正な時期に、適正な場所で、適正な価格で提供するというMD-i n gが非常に重要なポジションを占めます。

MD-i n gの第一歩は、その商圏内の顧客ニーズに適合した商品を取り揃える事です。この時、どの様な商品を、どの様に分類し、どの様な価格にし、どれだけの陳列量にするのか、そしてどう陳列するのか、つまり商品構成に関する方向性の決定が小売業の経営目標を達成するために重要な意味を持つことになるのです。

商品構成の第一ポイントは、自社で扱っている数多くの“商品の意味”を良く理解する事です。商品には、売れている商品、売りたい商品、見せたい商品の3種類があります。この3種類に先ず分ける事です。そしてそれぞれの商品の構成比、利益、回転などが仮説どおりかを調べ、調整する事が大切です。それぞれの意味は、

売れている商品とは

- * 意味.....週 個売れている商品
- * 扱い品目.....売れている商品の全SKU
- * 陳列量.....販売量に正比例
- * 客の行動.....目的買いの商品
- * 店の目的.....客数確保・売上確保・売場立ち寄り確保
- * ゴンドラ位置.....下段・中段の大部分

売りたい商品とは

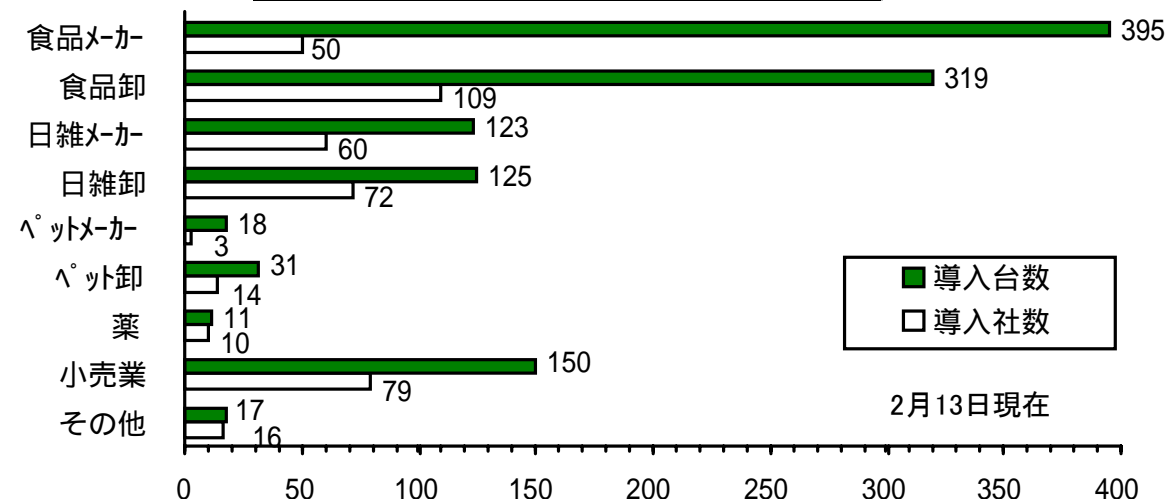
- * 意味.....まだあまり売れていないが、販売促進など強化して販売量を伸ばしたい商品
- * 扱い品目.....ゴンドラごとに1~2SKU
- * 陳列量.....最大のフェイス
- * 客の行動.....衝動買いの商品
- * 店の目的.....粗利確保
- * ゴンドラ位置.....中段の1部

見せたい商品とは

- * 意味.....店、売場のイメージリーダーになる商品
- * 扱い品目.....当該カテゴリー合計SKUの1割り未満
- * 陳列量.....1フェイス
- * 客の行動.....衝動買い商品
- * 店の目的.....店の個性・品揃えの豊富感
- * ゴンドラ位置.....上段の1部

次回も引き続き商品構成についてです。

棚POWER導入数(413社1189セット)



'98SA SHOWのご案内

来る3月3日から4日間にわたって、東京国際展示場(東京ビッグサイト)で98SA SHOWが開催されます。IConceptは昨年に引き続き今回も出展いたします。「棚POWER95」そして「MDPOWER」をより身近に、具体的に体感していただける絶好の機会ですので、現在棚POWERをご活用いただいておりますユーザーの皆様もこの機会にぜひご来場いただき、より一層活用度を深めていただきたいと思います。

また、発売を開始いたしました実戦型品揃え支援システム「MDPOWER」のデモンストレーションも行なう予定です。IConceptはSA-107ブースでスタンバイしておりますので、ご多忙中とは存じますがぜひご来場下さいますよう、スタッフ一同よりお待ち申し上げます。



第7回スーパードラッグストア・ショウのご案内

2月25日・26日の2日間、東京ビッグサイトにおいてドラッグストア・小売りサービス業様を対象にしたトレード・ショウである「スーパードラッグストア・ショウ」が開催されます。棚POWERとMDPOWERを出展いたしますので、ぜひお立ち寄りください。

- 【会期】 2月25日(水) 9:30 から 18:00
2月26日(木) 9:30 から 17:30
- 【会場】 東京ビッグサイト・西2ホール
- 【ブース】 No.128(株)RXネットワークブース
※場内「調剤」のフロアです。

棚POWER95Q&A集について

今回のインフォメーションとあわせて、棚POWER95Q&A集をお送りしています。皆様から日頃お問い合わせいただく質問などをもとに、棚POWER95をご活用いただくうえでのポイントをわかりやすく記載しています。どうぞご利用ください。