

# 棚POWER インフォメーション

Ver10.20をダウンロード版にてご提供開始予定です。今しばらくお待ちください。



Ver10.10

ICconcept®サポートセンター  
O S A K A / TEL(06)6821-2571  
9:30~12:00, 13:00~18:00  
T O K Y O / TEL(03)5469-1153  
10:00~12:00, 13:00~17:00  
土・日・祝祭日はお休みをいただいております。  
<http://www.iconcept.co.jp/>  
e-mail [iccenter@iconcept.co.jp](mailto:iccenter@iconcept.co.jp)

## ユーザーの皆様、大変お世話になっております。棚POWER サポートセンターです。

### ●サポートセンターからご紹介するご活用いただきたい機能

サポートセンターをご利用いただきありがとうございます。お寄せいただくご質問は、基礎的なものから応用方法に至るまでさまざまです。棚POWERには多くの機能がありますが、サポートセンターではその機能をお使いいただくためのお手伝いができればと考えております。そこで、当サポートセンターからは是非ご利用いただきたい機能をご紹介します。合わせて各ホームページもご確認ください。

### ●作成した棚割のゾーニングや分析結果を確認してみましょう。

分析機能にて、フェイスング中のモデルの陳列位置と分析結果を確認することが可能です。「棚割分析をしたいが、POSデータなどが入手できない」という皆様も、まずは作成した棚割のゾーニングを確認することから始められてはいかがでしょうか？ゾーニングの確認などは売上情報が無くても行なえます。

#### <フェイスング・ハイライト分析>



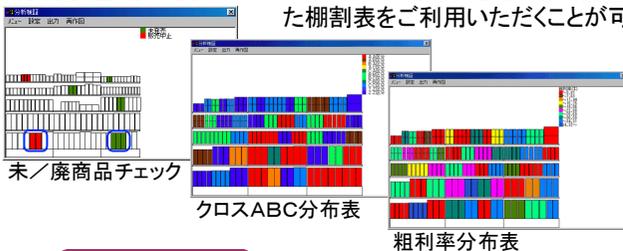
フェイスング上に陳列している商品を、指定分類、分析結果により色分け表示します。フェイスングをしながら、ゾーニング確認や商品別の売場貢献度と陳列位置確認が容易に行なえます。

操作方法:フェイスングサブメニュー<<ハイライト分析>>をクリックします。

出力方法:ファイル保存とクリップボードコピー(機能ツール・印刷より)

参照: **棚POWER講習会** 9時間目「Ver10の新機能」『1. ハイライト分析について』

#### <分析検証・分布表>



フェイスングで陳列している商品を色分けし表示します。提案時には色分けをした棚割表をご利用いただくことが可能です。

操作方法:フェイスングサブメニュー<<分析検証>>をクリックし、グラフより「分布表」を選択します。

出力方法:プリンタ、クリップボードコピー、色分棚割図表、色分棚割表(罫線ではエクセル出力にも対応)

参照: **棚POWER講習会** 6時間目「分析検証(販売実績データなし/あり)」『4. 品揃え分析』など

**棚POWER講習会** <http://www.iconcept.co.jp/koshukai/>

上記ホームページではその他の機能についての操作方法、活用方法などを詳しく説明しています。是非ご利用ください。

また、現在ホームページ上で公開している「Powers Column」にも毎回「意外と知らない便利な機能」と題して棚POWERの便利な活用方法をご紹介します。是非こちらもご覧ください。

<http://www.iconcept.co.jp/column/>

### サポートセンター トピックス No.25

サポートセンターへのお問合せが多い項目や便利な機能のご紹介

サポートセンターから「属性エラー」「属性不一致」という言葉をお聞きになったことはありませんか？棚POWERを使う上でこのことは重要なポイントとなるため、たびたびお伝えいたしております。棚割提案に伴うお取引先とのデータのやりとりや、社内でのデータのやりとりの際にも注意が必要です。この機会に是非「属性不一致の検索」を行なってください。

**Q:属性不一致とは**(Q&A文書番号:U6100015)

**A:商品情報マスターの属性1,2と分類マスターの属性1,2のコードが対応していない状態のことを言います。**

本来、商品情報マスターの属性1~6、拡張分類1~22のコードには、分類マスターの該当属性のコードを設定する必要があります。特に重要なのは、商品情報マスターの必須項目である属性1,2です。右の図では、商品属性1には分類マスターに登録済みのコードを設定していますが、商品属性2では分類マスターに存在しないコードを設定しているため、属性不一致となります。

注意:「2」と「0000002」は別コードと判断します。

参考:

属性不一致が発生している場合、様々な不都合が生じます。

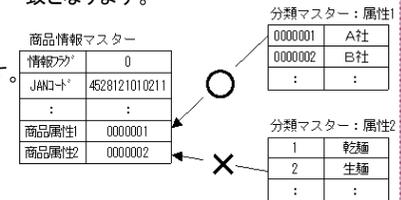
- ・カテゴリーグループの登録時、抽出した件数が少ない。
- ・商品リストで指定した属性の商品が表示されない。
- ・帳票作成時に分類名称を出力できない。
- ・分析検証時に正しい結果を得られない。など

参照:

「抽出しても件数が「0件」または、再抽出すると以前の件数より少なくなる。」(Q&A文書番号:U3800001)

「登録したはずの商品が商品リストに出てこない。」(Q&A文書番号:U5800042)

また、ユーティリティー・支店展開などで属性1,2を指定し実行しても正しい結果が得られません。登録ミスなどの発見と防止、正しい情報を配信、管理のため、商品情報メンテナンス時や支店展開などのユーティリティー機能使用前には属性不一致の検索を必ず行なってください。(下記Q&A参照)



**Q:属性不一致の検索方法**(Q&A文書番号:M3800012)

**A:メンテナンス・商品情報・印刷の商品属性エラー情報で検索可能です。**

エラーがあった場合はファイル出力し、以下の方法で修正することが可能です。

- 1.メンテナンス・商品情報・印刷の<<商品属性エラー>>よりファイル(Excel95またはCSV)出力します。※このとき、出力項目に商品属性1,2のコードと名称を出力すると、属性エラーの内容の詳細が確認しやすくなります。
- 2.1で出力したファイルをエクセルなどで開き、該当の属性コードを修正します。
- 3.修正後、Excel95またはCSV形式で保存します。
- 4.ユーティリティー・商品情報より2で修正したファイルを指定しインポートします。

◆詳細はホームページの「棚POWER Q&A集」をご参照ください。全文検索機能で上記文書番号を入力すると簡単に確認できます。(棚POWER「ヘルプ」→「ICconceptWebページ」からも参照可能)

⇒ <http://www.iconcept.co.jp/user/qa/>

## MD - ing 講座 34 流通各段階の役割関係 (分担) について

第六は、流通各段階の役割関係(分担)についてです。

カテゴリーマネジメントを実行する場面で、良く起こる事が、総論賛成、各論ゴチャゴチャという事です。つまり、カテゴリーマネジメントを実施する事により、売上、利益が向上するならば是非実施をしましょう。と各段階の上司が参加した会議では決まります。

しかし、ここでは実施することは決まっても、誰が、何を、どの様に、何時までに、コストは誰がどのように負担するのか、といった詳細が決まっているわけではないのです。

その後改めて現場レベルの会議が持たれるわけですが、決定権限が無い者同士の会議で、細目がなかなか決まりません。あるいは、決まってもいざ本番になって、販売データが貰えない、貰えても紙でのデータ提供で再入力しなければならないとか、進行上の問題が起きた時社内のどの部署が責任を持って対応するのか、など色々な問題が発生します。

この原因は、カテゴリーマネジメントの実施を協同して決めた場合、実施内容、コスト、日程、目標など、それぞれの役割と実行内容を明確化していない事から発生しています。

このような状況を解決するには、決定権限の有る上司が参加する初期の会議の段階で、カテゴリーマネジメントの詳細についても議論できるように内容項目を明文化して打ち合わせを行なうことです。

そのためには以下のような内容について、それぞれの段階で議論しておくことが大事になります。

### A・・・メーカー・卸売業の役割

#### 1 : カテゴリの動向についてのレポート化

- ①カテゴリ全体の市場規模
- ②カテゴリ全体の市場成長性
- ③サブ・カテゴリ別の市場動向
- ④カテゴリ／サブ・カテゴリ別の市場シェア
- ⑤カテゴリの地域別動向
- ⑥カテゴリの中のメーカー動向
- ⑦カテゴリの中の新製品動向

#### 2 : 消費者に関する情報についてのレポート化

- ①消費者のニーズとウォンツの変化(全国トレンド)
- ②エリア特性
  - \* エリア内人口・世帯数
  - \* カテゴリの世帯当たり購入金額動向
  - \* カテゴリに対する消費者の購買特性
  - \* カテゴリに対する消費者の消費特性

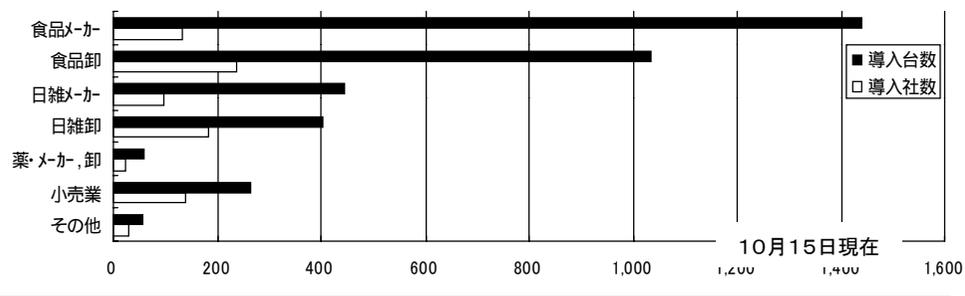
#### 3 : 計画／プログラムについて

- ①カテゴリ／サブ・カテゴリ分類の基準
- ②新規アイテム、販売促進、メディア別経費予算などの計画
- ③カテゴリに占める自社の売上高と成長率
- ④当該小売業の自社の販売実績と構成比
- ⑤商圏内の競合小売業の品揃え・価格情報
- ⑥自社の実施したプログラムの内、当該小売業が実施しなかったもの(ISM, ISP, 新製品 etc)
- ⑦店舗レベルの品切れ率
- ⑧棚割り計画
  - \* 商品の選別(品揃え)      \* ゾーニング
  - \* グループ핑                      \* フェイシング
- ⑨棚割り計画のポイント
  - \* カテゴリ動向の把握
    - ・需要動向    ・市場動向    ・新製品動向
  - \* カテゴリ特性の把握
    - ・商品の使用場面    ・購入頻度    ・ブランドロイヤリティ
  - \* サブカテゴリの設定
    - ・使用者別    ・パッケージタイプ別    ・利用目的別    ・サイズ別    ・素材別    ・調理方法    ・用途別    ・価格別
  - \* 販売データの分析
    - ・ABC分析    ・貢献度分析    ・クロスABC分析    ・週間販売数量
  - \* 仮説の設定
    - ・現状棚割りの問題点    ・売れ筋商品のフェース数は確保されているか    ・品揃えの重複はないか
    - ・ゾーニングは分かりやすいか    ・導入、カット商品の基準は    ・売り込み商品は明確か
  - \* 棚割り提案
    - ・調整
  - \* 棚割り検証

#### 4 : カテゴリの効率指標

- ①カテゴリ管理のベスト小売業とワースト小売業の把握
- ②最も優れた販売促進について、その頻度、タイプ、販促ミックスの把握
- ③当該小売業の競合他店に対する販売促進効果の把握
- ④カテゴリの陳列位置のベスト把握

## 棚POWER導入数【846社 3,696セット】



### ●棚POWER Ver10. 20ダウンロード版ご提供のお知らせ

棚POWER Ver10. 10出荷後、一部不具合を確認いたしました。弊社内テストにて事前に発見できなかったこと、ご迷惑をおかけいたしましたことを深くお詫び申し上げます。まもなく不具合修正版をVer10.20として弊社ホームページ(ダウンロードサイト)よりダウンロード版にてご提供させていただくことを予定しております。正規ユーザー様のみダウンロードとなり、詳しい内容や修正内容については下記ホームページをご確認ください。

<http://www.iconcept.co.jp/tpower/verup/v1010err.htm>

<不具合修正項目>現在Ver10. 20にて修正を予定している項目の一部です。

- ・フェイスング 範囲指定が可能な機能で、右から左への範囲指定ができない。  
面変更・単品指定を行なうと、指定段の商品がすべて表示されなくなる。
- ・全般(ユーティリティ、外部モデル参照時など)  
ファイル名に全角の「\*」や「?」を含む場合認識しない。
- ・帳票作成 印刷時の台別指定で1桁しか入力できない。
- ・モデル活用 モデル複合分析(クロス分析)で第2分類に指定した項目の明細数が多い場合メモリ不足が発生する。 など

**棚POWER® 品POWER® 店POWER® 床POWER™**

各ソフトの詳細はホームページにて ▶▶ <http://www.iconcept.co.jp/>

### B・・・小売業サイド

- 1 : 窓口担当者の決定
- 2 : 全体的なマーケティング戦略についてのレポート
- 3 : カテゴリ／サブ・カテゴリの定義とカテゴリ・マネジャーに対するカテゴリの担当範囲
- 4 : 販売データ(POSデータ etc)の整備
- 5 : カテゴリの役割、目的、戦略についてのレポート
- 6 : カテゴリの効率指標(売上／利益 etc)についてのレポート
- 7 : カテゴリの標的市場に関する定義と市場細分化について
- 8 : 定番／特売の販売目標について
- 9 : 意思決定の基準(価格、スペース配分 etc)について
- 10 : 使用用語の定義(回転率、在庫、コスト、etc)についてのレポート