

西俊輔の「毎日楽しく」

Vo1.20 2007年4月号

突然ですが、みなさんがコンビニを経営しているとします。お店は釣り客が多い海辺にあります。天気予報によれば明日は天気がよく、気温も高くなりそうで絶好の釣り日和のようです。みなさんは釣り客の昼食としてどんな商品を発注しますか？

これは、セブンイレブンを創業した鈴木敏文氏(セブ&アイホールディングス会長)がお話された例です(ご存知の方も多いと思いますが、セブンイレブンの1店舗あたりの売上高は他の大手コンビニの1店舗あたり売上高の1.3倍から1.4倍もあるそうです)。「釣りをしながら食べられるものだから、おにぎりかサンドイッチ」という答えなら100点満点で50点、「梅おにぎり」という答えなら100点だそうです。釣り客がコンビニに立ち寄るのは早朝です。昼までに気温が上がりそうということになれば、釣り客の心理を考えると傷みにくいものをイメージするはずで、そのとき目の前に梅おにぎりが陳列面いっぱいにならば、釣り客は思わず手を伸ばすということだそうです。これは釣り船の発着場に続く道沿いのセブンイレブンで実際にあった例で、梅おにぎりは圧倒的な人気だったそうです。

鈴木氏は「統計学」と「心理学」を駆使した経営を行うことで有名な方です。ただ、このように書くと普通の人には難しいように感じますが、要するにお客様の立場になって考えることだそうです。こういうものが欲しいのではないかと仮説を立てて仕入れを行い、それが実際に売れたかどうかを検証することが大事で、過去の経験則や常識にとらわれてはいけけないと言います。これは小売業にだけ通用する考え方ではなく、あらゆる業種に応用できそうです。難しいのは、お客様の欲しいものを予測することです。お客様のニーズを探るために消費者調査や市場調査が行われますが、鈴木氏によれば、「顧客自身、どんな商品が欲しいかと聞かれても、今ないものや見たことがないものについては答えられない」のが普通で、「現物を目の前に提示されて初めてこんなものが欲しかった」と気づくそうです。したがって、予測するのはお客様自身が気づいていないニーズ(!)ということになります。

お店がどういう意味を込めて商品を発注し、それを並べているかということを考えると、コンビニの陳列台や陳列の仕方を見るのが楽しくなりそうです。

