

衣料品の「旬」をのがさない

～ 会社チェーンの強みを活かす西松屋の「緯度作戦」～

POS(Point-Of-Sales：販売時点情報管理)システムの普及により、今、どの地域でどのような商品が売れ筋なのかを瞬時に把握することが出来るようになりました。こうしたPOSデータの活用は、おもにコンビニエンスストアが中心でしたが衣料品販売にも活用されています。

ベビー・子ども服小売りの西松屋チェーンは、衣料品のQR(Quick Response：クイックレスポンス、直訳すると「素早い反応」)体制を強化しています。QRは初期の生産量を抑え、売れ行きに応じて商品を追加発注することを指します。

これまでは、季節ごとに大量仕入れを行い、大口割引・送料の削減といったメリットが重視されていましたが、近年は流行の移り変わりが激しく、売れ残りなどのリスクを避けるため、販売好調な商品を追加発注する方式にシフトしているのです。



《シーズンの変化にすばやく対応するシステムがQR》

西松屋のQRは、前年度の販売実績から今期の売れ筋商品を予測するのではなく、緯度の違う自社店舗の販売状況を把握して、そのシーズンのうちに売れ筋商品を見極めているのです。たとえば夏物は、日本で最初に売れる、緯度が南の沖縄での売れ筋データを把握します。そこでよく売れている商品をこれから夏が来る地方での販売用に追加仕入れして全国投入するのです。逆に冬物は、緯度が北の北海道の店舗での売れ筋データから、追加仕入れの商品と量を決めています。

