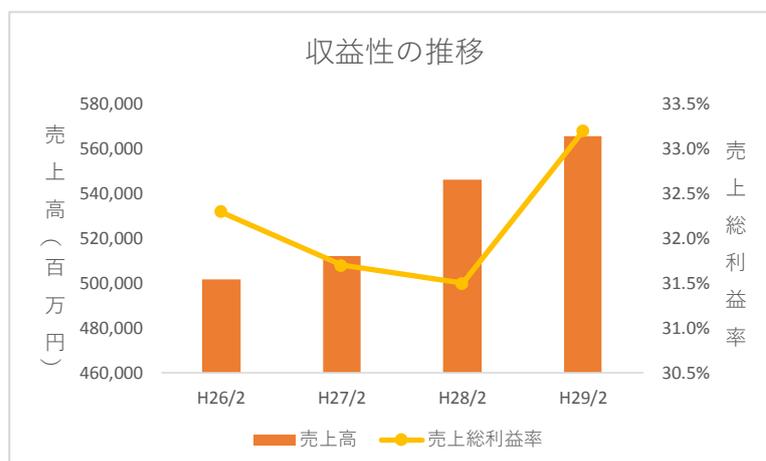


## しまむらのV字回復④

～ セール減らして収益力向上 ～



衣料品販売の弱みは天候、季節に売れ行きを左右されやすいことです。前年度の販売実績など多くのデータを分析し、仕入計画を立てていきます。しかし、機会損失（売れる機会を失う損失）を出さないことためにも、幅広い品ぞろえはしなければなりません。

しまむらは商品数を多く抱えることにより、在庫を処分するセールスが増え利益を圧迫しました。収益性が低下した平成 27 年、28 年の決算では、売上高は向上しましたが、売上総利益率が減少したことがグラフから読み取れます。また、V字回復をした平成 29 年の決算では売上高、売上総利益率とも上昇し、増収増益になったことがわかります。

V字回復の裏には、売れ筋の商品をシーズン途中からでも、販売計画を修正して追加投入したことにありました。一方、売れ行きが鈍い商品は従来より値引き販売を前倒しして、販売促進を行うことにより在庫を増やさない努力をしました。そのため、全体には割引率を抑えることができ収益を最大化できたわけです。

また、業務を効率化するために、靴下や肌着などの定番品は売れ筋だけに絞りました。自動値下げシステムを導入し、販売実績データをもとに売れ行きが悪い商品を選別し、値下げの時期を自動的に提示する仕組みをとりました。このような企業努力で、浮いた人手を販売量の多い戦略商品へ向けることができ、収益力が向上できたわけです。