

innovation イノベーション!

商品調達方法にも 一工夫して経営革新

政府の経済指標によれば景気は底をついたようですが、私たちの商売は上を向く様子がなかなか見られませんね。しかし、嘆いていても商いは始まりません。BSE問題や農薬問題そして少子高齢化問題が新しい市場を形成しようとしています。「安心」「安全」「新鮮」「健康」「環境・リサイクル」「低価格」等が商品調達及び商品開発のキーワードになりそうです。

素性が明らかな原材料・商品の調達

牛乳の製品不良、牛肉に対する不信、野菜への不信等「安全」だと思っていた商品への不安が高まっています。この不安を取り除くことこそ私たちができる経営革新のテーマではないでしょうか。

先日、お寿司屋さんでお昼を食べました。冷や奴を出すときに店主が一言、「今日の豆腐はこれまでのより美味しいよ!」「どうしてですか」と聞くと、「国産の大豆を使っているから」との答えでした。冷や奴の味は普通でしたが、国産大豆の言葉を聞いてから妙に「親近感」が生まれました。これが安心感ではないでしょうか。

同じ商品でも作っている人や原材料、そして、中に含まれている成分が明確になっていれば安心して使うことができます。商品を安さとブランドだけで仕入れるのではなく、安全性を自ら確認して、お客様に「安心」を提供することで、食品が話題の中心になっていますが、全ての商品に製造物責任がついています。店で扱っ



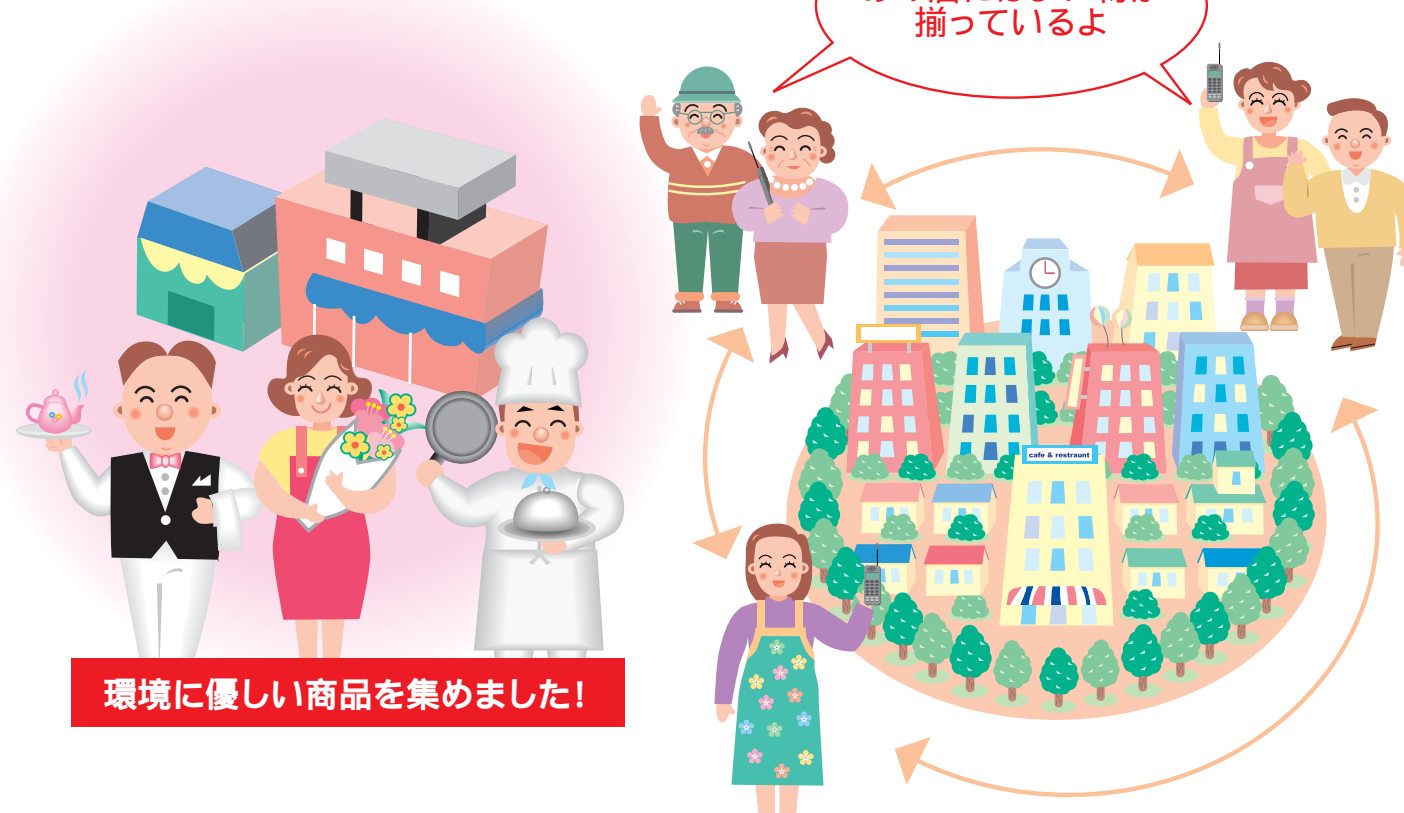
わたしたちが作りました。
安心して使ってください。

ている商品の生産者を知っていますか? 納得できない商品があったら仕入先を変更することも検討しなければなりません。商品を調達する際には、生産者に会いに行くぐらいの責任感を持ちたいものです。そしてお客様には商品の素性をPRしましょう!

使って便利な商品の調達

私たちのお客様は、どちらかというと中年以降の世代が多いのではないのでしょうか。少子化が進んでいる今日、中高年以降を商売のターゲットにしていることは、将来を先取りしていることになるようです。人間誰でも歳をとります。精神年齢がいくら若くても、身体機能の低下は避けることができないものです。歩きやすい靴、着やすい衣料、開けやすい蓋、見やすい表示等「使って便利」が揃っていれば、お客は口コミで集まってくるようです。年配者にとって「便利な商品」はどの世代にも使いやすいようです。大きな文字の携帯電

これからは新たな視点で「商品開発」!



環境に優しい商品を集めました!

話が売れている理由も納得できます。近年「ユニバーサルデザイン」と呼ばれる商品の開発が進んでいます。私たちも仕入の目を「使いやすい・便利」に置いてみましょう。

環境もそろそろ商品

環境保全が世界的なテーマとなり、日本でも「循環型社会形成推進基本法」が制定されるなど、資源のリサイクルを進めていこうとしています。これまでは環境問題というと「余分な経費がかかる」との意識でしたが、環境が商品としての位置づけを持つようになっています。「リサイクル紙」「家庭用生ゴミ処理機」「リサイクル家電」等、リサイクルをPRする商品が増えつつあります。環境へのこだわりも商品差別化のひとつになりそうです。「リサイクル」をPRすると、販売した商品の回収に経費が掛かることがあります。これも販売コストのひとつと考え、売価を設定することが必要でしょう。

コストを下げる有志での共同調達

新たな視点で商品調達を行うことの必要性和その方向はご理解頂けたでしょうか。しかし、全てに取り組む必要はありません。ご自分のお店や会社でできそうなテーマを1つ選んでください。「それにしても、どこから仕入れれば良いんだ!」とお怒りの方も多いのではないのでしょうか。このような商品の調達ルートを自ら開拓することが経営革新なのです。といっても中小企業が単独ではなかなかできることはありません。たとえ良い商品が見つかって1社での販売量には限界があるため、有利な仕入条件を求めることはできません。良い仲間を作りましょう! 商店街や業界団体というような既存の組織にこだわる必要はありません。同じ気持ちになった仲間が集まって新しい組織を作った方が行動は早いようです。(taku)