

NO	<項目>	<内容>	2ヶ月	4ヶ月	6ヶ月	8ヶ月	10ヶ月	12ヶ月	
1、	品揃え基準マトリックス ABC分析・品揃えコンセプト ↓	品揃え政策(マトリックス) あるべき自店の品揃えとは	→						
		品揃え区分の定義 5区分		→					
		品揃え区分の明確化 品揃えマトリックス・ABC分析から実施		→					
2、	時間帯別品揃え基準 開店・午後・ピーク以降 ↓	時間帯別品揃えの現状確認 考え方&データ			→				
		時間帯別品揃え基準 開店時、完陳時間、午後の開店、19時、売り切り時間			→				
		曜日別品揃え 平日、週末、プチハル			→				
3、	単品管理 ↓	時間帯別陳列基準				→			
		単品管理 定番・荒利改善アイテム						→	
4、	売り切り基準 ↓	商品別売り切り基準作成					→	生産計画と連動	
		時間帯別売り切り基準作成 運用上の課題と対策					→	→	生産計画と連動
5、	夕帯ピークの売場づくり ↓	時間帯別品揃えと現状シフト分析				→			
		夕帯の品揃え、売場づくりと夕帯シフト見直し					→	→	オペレーションと連動
6、	時間帯別棚割作成 ↓	時間帯別棚割作成 カテゴリ別					→		
		曜日別棚割 平日、週末、プチハル						→	
7、	週間販売計画 (計画・検証・修正) ↓	製造指示書との役割分担						→	
		販売計画の作成と運用 フォームの活用							→
		フィードバック情報 良さの拡大							→
8、	時間帯別販売計画 (提案販売)	AM、PM・平日、週末、売場の仕掛け アイテムの絞込み						→	
		提案する販売 五感に訴える売り方							→



## 商品別値下げ売り切り基準

(4月・22時閉店時間・例)

### 目的

- 1、廃棄商品を出来る限り減らし、最終ロス率を下げる
- 2、値下げ売り切りは販促手段の一つであること、よって値下売切り行為は商品在庫量と時間を確認し、値引きの際には売込みながら実施。
- 3、営業時間が長くなればなるほど、その時間帯に売れる商品は絞られる。  
重点商品をきちんと残し、その他の商品は速やかに値下げ売り切ること、攻める売場づくりと値下げ・廃棄削減につなげる。

商品群	製造時間	1次値下げ(20%OFF)	2次値下げ(半額OFF)
揚げ物 バラ物	一日	19時30分～21時 パックして売り切り 残す商品を絞る	21時から
フライコロッケ 唐揚	午前中 午後から 夜間	15時30分から17時 (午前のみ品揃え商品) 19時30分～20時30分 21時～21時30分	17時から (午前のみ品揃え商品) 20時30分から 21時30分から
中華 焼き物	一日 夜間	19時～20時30分 20時～21時30分	20時30分から 21時30分から
米飯 丼	午前中 午後から 夜間	13時30分～14時 19時30～20時 21時～21時30分	14時から 20時から 21時30分から
おにぎり	一日	19時30分～20時30分	20時30分から
生寿司	午前中 午後から 夜間	販売時間の1時間前 販売時間の1時間前 20時30分～21時30分	販売時間の30分前 販売時間の30分前 21時30分から
巻き寿司	午前中	販売時間の2時間前	販売時間の1時間前
いなり	午後から	19時30分～21時	21時から
サラダ、煮物 D+1商品	前日	13時～17時 値下げ併売	17時から
D+0商品	当日	19時30分～21時	21時から

## 夕帯強化の売場づくり (F社の例)

- 課題:**
- ・店における客数がピーク時間帯は昼帯(11:30~13:30)と夕帯(16:00~18:00)にあるが、一番多い客数時間帯は夕帯である。
  - ・夕帯に惣菜として品揃え、出来立て鮮度、売り込み商品が売場で展開することが重要になっている。しかし、午後からの製造人員の配置に問題があって、夕帯強化の売場づくりが進まない。
- 対策:**
- ・自店の時間帯別客数を確認し、午前と午後のピーク時間帯を調査する。
  - ・夕帯に売り込むべき重点商品をカテゴリー別に確認し、売り逃しがないようにする。 **夕帯の品揃え基準**
  - ・自店の閉店時間に合わせて売り切り時間と方法を決め、夕帯の製造数を確認する。 **売切り基準、製造計画**  
温惣菜は夕帯に出来立て製造・販売が出来るように、販売計画の中で決め展開する。
- 検証:**
- ・夕帯の売上が約10%アップし、全体でも5%増、荒利額で3%アップ。

### 実施例:

