

売り手と買い手の心理学

札幌流通激戦区を歩く

大石和洋

はじめに

安い、安さが一番。月曜、火曜日の九十八円均一祭り、毎週火曜日は〇〇〇の日、お客様感謝デイ五%OFF、週末の買い物は〇〇〇へお越しください。〇〇〇はいつも現金値引き。一円でも価格が高い場合は、遠慮なく係員にお申しつけ下さい。〇〇は安さ一番祭、などというキャッチフレーズのテレビコマercialが頻繁に目に耳に飛び込んでくる。それに加え金曜日、土曜日の売り出しのチラシの多さ。特に二十日から月末にかけての新聞折込みのチラシの数は束ねて手で持つとずしりとした重たさを感じる。

今、小売業界は生き残りをかけて、安さの戦国時代に入った。敗者は店を閉じ、従業員は失業か、勝者の会社または規模の大きい会社に吸収され、弱者組みのいない社員はリストラされ、特に四十代から団塊の世代に掛けてリストラの嵐が吹き荒れている。この人たちは、行き場を失い、家族からも無視され家庭崩壊、ホームレスの生活をおくる人も少なくない。

私は二年前まで売る側の立場にいた人間です。今は一人の消費者となり、本当に安さだけでやっていけるのかと疑問に思うので文章にしてみました。

価格が安いことは消費者にとって大変ありがたいことで、私も一人の消費者として、欲しいも

のが安く買えるのは、このうえないありがたさを感じ、得をした気分と満足感を味わいます。

しかし、買い手が安く買えるということは売り手の血の滲むような努力のおかげだということを決して忘れてはいけないのです。営業時間の延長、定休日を返上した年中無休営業、二十四時間営業のコンビニエンスストア、居酒屋やスナックのように、朝方まで営業する店まで登場して、それを利用する買い手は増加をしています。

そうなると小売店側は必然的に人（人材）が必要となるが、商品の価格を下げるため、また電気代などの光熱費がかさむために正社員の雇用はせず、時間で働くアルバイト、パート、派遣で間に合わせようとしています。

販管費（販売管理費）を抑え、粗利額に占める人件費の割合である労働分配率の比率を最小限にする体制で経営をして、商品の価格は今までどおり、または、さらに値下げして安さをうたい文句にしているのが今の小売業の実態です。

正社員を増やさないで営業時間の延長、年中無休営業のおかげで、必然的に正社員は時間帯別に分散され、おまけに定休日がないので、休日はシフト制でローテーションはきつく、店の中は専門知識や権限をもたないアルバイトやパート店員で運営営業されています。何かを尋ねたくて「ちよつとすみません」と声をかけても、買い手が尋ねていることが理解できなかつたり、わからなかつたりで「少々お待ちまちください」と言っただけでどこかへ消えていくので、一つの商品を購

入するのに時間がかかり、買い手をイライラさせたことはないでしょうか。はたして小売業界は本当に買い手の立場にたつて、会社の経営、店の営業しているのでしょうか。私は疑問に思います。

この形態は小売業界ではこれからも変わっていかないだろうと私は思います。もちろん、他の業界も同じようなことが言えると思うが、二十五年間小売業界に身を置いた者として、本書では小売業について私が日頃思っていることを率直に書きたいと思います。

まずは正社員を分散させ、アルバイト、パートの従業員で店を運営することによって引き起こされることの実例をいくつか紹介しましょう。

売り手と買い手の心理学——札幌流通激戦区を歩く

■目次

はじめに	8
第1章 大型スーパーでの実話 競合店調査	8
第2章 殿様商売のホームセンター やまない店長コール	26
第3章 不愉快なCDショップ	38
第4章 いいかげんな古本屋	47
第5章 労働条件・労働環境で勝負がつく	55
第6章 コンビニの店員 アイドルタイムの活用	61
第7章 気分のいい店	67

第8章 家電量販店 70

携帯電話売り場の弱点

接客、雑巾小僧

アプローチ

買い手の購買心理の過程

クロージングの話法

固定客作り

商品説明と商品知識と相手を知る

チラシとテレビスポット

家電量販店のチラシ

第9章 札幌駅前の攻防 129

第10章 私の経験と実行したこと 132

おわりに

第1章 大型総合スーパーでの実話

昨年の夏、電車で札幌の病院に通院していたときに、時間に余裕ができたのでJR琴似駅前の全国的に有名な総合大型スーパーチェーンＩＹ堂琴似店内の紳士服売り場を覗いてみた。季節柄、若者向けのＴシャツが品揃え多く展示してあり、見ているうちに欲しくなり、買おうと思ったが、電車の時間が迫っていたのでやめて駅へ向かった。私の家は札幌から電車で二十分の恵庭の恵み野にあり、恵み野駅前にも規模は琴似店よりは大きくないが、同じＩＹ堂があるので同じような商品が置いてあるだろうと思い、電車を降りて真っ直ぐに店に向かい、紳士服売場を見て回ったところ、琴似の店に置いていたはずのＴシャツが一枚も置いていなかった。

哑然としたより腹がたつたのと同時に、札幌で買ってくれば良かったと後悔した。見ると、琴似店の品揃えと比較して年寄りが着るようなものばかり、展示の仕方バラバラで、とても、同じ名前を語る会社とは思えなかった。腹がたつた私は年寄りが着るようなボトム（安い商品）のシャツをレジに持っていくと、レジの中でパートと思われるおばさんが二人で立ち話をしていた。私が商品をカウンターに置くと話をやめ、一応は「いらっしやいませ」と言ったが、形ばかりで、いかにも、今いいところなのになんで商品を持ってくるの、と言わんばかりに思えた。

私が長年客商売をしていたからそう感じたのかもしれないが、世の中には、営業という職についている人は何百万人といえるのだから、心がこもっているかどうかの判断は見る人が見ればわかかってしまう。札幌に置いてあったTシャツがここには置いていないことと、低レベルの店員に腹がたち、私はついに「店長さんいますか」と声を発してしまった。そう言うパートのおぼさん二人は、おろおろしだして、

「店長ですか。いるかなあ」と言って事務所に内線もかけようともせず、おろおろとするばかりだった。ちようど、レジの後ろにいた正社員と思われる男性が出て来て、

「なにか、ございましたか？」と訊くので私はもう一度、「店長を呼んでください」と言いたくもない言葉を二度も口にした。

男性は確認もせず「店長はただ今、席をはずしていますので私が承ります。私がこの売場の責任者ですから」と言うので仕方なく、琴似店においていたTシャツがなぜ、この店には置いていないのか尋ねると、「琴似店とは売場の面積も違うので当店には置くスペースがありません」とさも当然のように言い切った。

さらに売場責任者は、「売場面積が違うから琴似店はアウトドアの商品が置いてありますが、当店では扱っておりません」と、さも売り場面積が小さいことを強調したかったのか、ぜんぜん関係のないことまで言い出すあたりさま。私にとって今、重要なのは琴似店に置いてあるTシャツ

がおいてないことに腹を立てていることであつて、アウトドア―商品とは何も関係がない。

「でも、一枚もないのはどうしてですか。見ると若者が好む商品がなく、お年寄り向けの商品が多いようですが」と控えめに言うと、

「ええ、恵庭の人口の六〇%がお年寄りですから当社は店ごとに品揃えも変えています」

この答えに私は愕然として、これ以上この人に言つても無駄だと思い、レジに置いた商品を棚に返して、「わかりました。すみません」と言つて腹立たしさと共に店を後にした。

店を後にしても、一度財布の紐が緩んだ私は、もう一度で電車に乗り札幌へ行こうかと思つたが、すぐ近くIY堂から三百メートルのところに、マックハウスがあることを思い出し、歩いて行つてみた。一度も入つたことがない店なのだがその日は勢いというか、なんというか、躊躇せず入ることができた。

店に入ると「いらっしやいませ」という明るい女性の声と、それにつられ他の店員からも、「いらっしやいませ」という声が聞こえてきた。狭い店だが若向きの商品が工夫されて展示してあり、感じがIY堂よりずつと良かった。しばらく商品を見てみると、女性の店員が「こちらの、Tシャツが今年の新商品ですがいかがですか」と、茶髪だが明るく感じがいい応対なので、二枚ぐらい買うつもりが計画だったが結局、Tシャツ五枚と「デニムジーンズがキャンペーンで裾上げが無料ですが、この際に新しいジーンズもいかがですか？」という笑顔での明るい問いかけに、つい