

経営一転語 59 単位面積当たりの売上高は？

今回は、販売に関する生産性についての尺度、「単位面積あたりの売上高」について、解説してみましよう。

さて、「単位面積当たりの売上高」は大きい方がよいのでしょうか？

一般的に生産性は、「高い方がよい」というのが常識ですが、実は、販売に関する生産性は気をつけなければいけません。

販売に関する限り「高いほどよい」ということは通用しないのです。

具体的に1つの例を挙げると、

商品を売場に陳列して売する場合の「単位面積あたり売上高」は大きければ大きいほどよいとは言えないのです。

というのは、ある一定限度を超えると「売り損ない」（本当はもっと売れているのに、売るものがない状態）が発生するのです。

それを専門的な言葉で言うと「売上機会の損失」と言います。

このような場合は、陳列面積を広げてあげて（可能であればの話ですが）、商品の多様化を行います。こうして、「売り損じ」を防いでいきます。常に売れ筋を観察し、商品補充を怠らないことです。

このように「単位面積あたりの売上高」は高すぎても低すぎても販売生産性を落としてしまうのです。

どのくらいが妥当かは、この商品はどうか、こういう売場ではどうか、いろんな条件によって複雑に変わってくるので、方程式というのはありません。

こればかりは、このようにしたらこうなるという経験を積んでいき、経験でつかむしかありません。

<演習課題>

1. 商品の売場で、売上機会の損失が発生していないか、チェックしてみましよう。