

船井流 リサイクルショップ経営虎の巻

リサイクルショップ経営

アップ

業績UP

特別 レポート

目次 contents

目次	01
ごあいさつ	02
1. 『買取り見本』 を作って買取を強化しよう！	03
2. 『在庫管理が利益を生む』	05
3. 集客の原則 『新規客獲得コスト』 を知ろう！	07
4. 『オリジナルサービス』 で業績UPしよう！	09
5. リサイクルショップの競合店対策	10
最後に	14

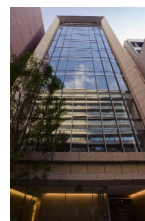
ごあいさつ

私ども船井総研リサイクルビジネス支援チームでは、全国リサイクルショップの売上アップをテーマに活動しているリサイクル業界専門のコンサルティングチームです。全国のご支援先は約400店舗を超え、総合リサイクルショップ、リサイクルブティック、家電専門リサイクルショップ、パソコンリサイクル、子供服リサイクル、古着屋、中古カー用品、ゴルフリサイクル、釣具リサイクル、質屋などリサイクルをテーマにあらゆる業態の業績アップに実績があり、年商 2000 万円の小さなお店から数億円規模のチェーン店まで支援先の規模は問わず現場に即した指導をさせて頂いております。今回日々のコンサルティング業務の中から蓄積された成功ノウハウを元にレポートというカタチでまとめました。勉強好きのリサイクルショップ経営者様や、これからリサイクル業界に参入をお考えの方にご活用いただき、リサイクル業界の活性化につながれば幸いです。

船井総研 リサイクルビジネス支援チーム一同

船井総合研究所とはこんな会社です！

「お客様の業績を向上させること」を最重要テーマとし、現場の活性化支援に強みを持ち、独自の経営理論（フナイ理論）に基づくコンサルティングを行っている。また、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとし、企業の体質的な「あり方」にも深く関与した支援を実施している。その現場に密着した実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界から高い評価を得ており、496人のスペシャリストが5143社のサポートにあたっている。



大阪本社▲



東京本社▲



明日のグレートカンパニーを創る
Fundai Soken

大阪本社 〒541-0041 大阪市中央区北浜 4-4-10
東京本社 〒100-0005 東京都千代田区丸の内 1-6-6 日本生命丸の内ビル 21 階

1 『買取り見本』を作って買取を強化しよう！

買取りのお客様の心理を考えると、果たしていきなり来店したこともないお店に商品を持ってくるでしょうか？自分が行ったことも無いお店に、自分が大事にしていた愛着のある“モノ”を持っていくでしょうか？お付き合い先店舗でいろいろ調べてみますと、どうも答えはNOです。普通のお客様であれば、買取りチラシを見て、そしてどんな店なのかを実際に見に行いき、その時に

- ①この店は自分が持っていきたい商品をどのように展示しているのか？
- ②全く、陳列されていない場合、この店はその商品を取り扱ってくれるのだろうか？
- ③また、どのくらいの価格をつけて販売しているのか？
- ④その扱いは大切にされているか？
- ⑤スタッフ特に、買取り査定をしているスタッフはどのような人か？（年齢・性別・雰囲気）
- ⑥このスタッフに買取りをしてもらいたいかどうか？
- ⑦また、自分の持っていく商品の商品知識はあるのだろうか？
- ⑧裏表のある値つけをしている店ではないだろうか？

などを、チェックし、自分がわざわざ商品を持っていくかどうかを、吟味しているのです。なぜ？そのようなことがわかるのかと言うと、売場に陳列されていて、特に目立っている商品が、自然と買取りが集まり、例を上げると、くまのプーさんの巨大ぬいぐるみを売場のエンド部分で陳列していた所、その後、それまでは、ほとんどなかった中小のくまのプーさんのぬいぐるみが自然と集まってきました。これは、あきらかに、来店されたお客様が、巨大なくまのプーさんを見て、「この商品はOKなのね！」と考えたからです。

要するに、**売却経験も購買経験も浅いリサイクルショップのお客様は、自店の売場を見て、それから買取り行動を起すという事です。**

この原則を知っていると、買取り促進に応用できるようになります。リサイクルショップの仕入れはコントロール不可能と考えがちですが、それは間違いです。100%新品仕入れのようにはいきませんが、ある程度ほしいアイテム、ほしいブランドなど新規で取り扱いたい商品は、店側の意志があれば、集まってくるのです。

売場は買取りチラシと同じで、自店が買取りで持ってきてほしい商品は、什器であれば、エンドにブランドの説明POPなどをつけて、目立つように陳列します。その際、すぐに売れてしまっては、買取り見本の広告塔の役割をはたさないの、通常よりも、高く販売価格をつけます。販売価格が高いということは、買うお客様にとってはマイナスかもしれませんが、売るお客様にとっては、こんなに高いのなら買取り価格

も高いのだろうと判断してくれます。その逆に、価値あるモノが安く値つけされていると、「この店は、全く商品の価値がわかっていないわね!」と思われ、買取り客が価値のある商品を持ってこなくなります。これは本当におそろしい事です。

売場とは、自店はこういった商品を、“価値ある商品だと認知してますよ”というまさに“チラシ”なのです。そのためマネキンに着せた服やショーケースに陳列した貴金属類、エンドに陳列した食器など、すべて、買取り強化したいアイテムを選定すべきなのです。

ただそこにあつたから、置きましたというような、意味・意図のない売場づくりは、リサイクルショップの場合、買取り客の減少という形で、命とりになると肝に銘じてください。

思うように商品を集めるには、売場でどのように表現し、その価値が理解できますよ!と伝えつづけなくてはなりません。一度、自店でモノが集まりにくくしている売場はないか?チェックしてみてください。

船井流リサイクルショップ経営業績アップレポートの
サンプル版をご覧頂き、誠にありがとうございます。
続きは会員登録（無料）頂いた方限定で全ページを
公開しておりますので、会員登録がまだの方は是非
ご登録下さい。（会員登録は無料です。）