

販売士ハンドブック（基礎編）

上巻

— 目 次 —

はじめに

第1編 小売業の種類

第1章	流通の役割と商品の分類	3
第1節	流通の役割	4
1-1	流通の必要性.....	4
1-2	流通の働き.....	5
1-3	流通の担当者.....	7
1-4	小売業の基本.....	7
1-5	卸売業の基本.....	11
第2節	商品の分類	12
2-1	消費財.....	12
2-2	生産財.....	14
2-3	耐久財と非耐久財.....	15
2-4	物理的な特徴による分類.....	16
第3節	商品の流通経路	17
3-1	伝統的な流通経路.....	17
3-2	生産者からの直接販売.....	18
3-3	生産財の流通経路.....	19
第4節	現代の流通の特徴	20
4-1	生産の高度化と流通.....	20
4-2	消費生活の変化と流通.....	20
4-3	サービス経済化と流通.....	21

4-4	情報化と流通	22
4-5	ブランドと流通	22
4-6	グローバル化と流通	23
4-7	社会的責任と流通	24

第2章 店舗販売と無店舗販売 25

第1節	店舗販売と無店舗販売	26
1-1	業種と業態	26
1-2	店舗販売の特徴	28
1-3	無店舗販売の特徴	29
第2節	店舗販売の業態	30
2-1	一般小売店	30
2-2	百貨店	31
2-3	総合スーパー	33
2-4	スーパーマーケット	34
2-5	専門店	35
2-6	ホームセンター	35
2-7	ドラッグストア	37
2-8	コンビニエンスストア	38
2-9	ディスカウントストア	40
2-10	均一価格店	41
2-11	無人販売（店舗）	42
第3節	チェーンオペレーション	43
3-1	チェーンオペレーションの定義	43
3-2	ボランタリーチェーン	44
3-3	フランチャイズチェーン	47
3-4	レギュラーチェーン	50
3-5	消費生活協同組合	53
第4節	商業集積	55
4-1	商店街の特徴	55
4-2	商店街の現状	57

4-3	ショッピングセンター	57
第5節	無店舗販売	62
5-1	通信販売	62
5-2	訪問販売	64
5-3	移動販売	65
5-4	自動販売機による販売	65
第6節	店舗販売と無店舗販売の融合	67
6-1	ネットスーパー	67
6-2	O2Oと逆O2O	69
6-3	オムニチャネル	70
第7節	電子商取引	72
7-1	情報化社会と電子商取引	72
7-2	キャッシュレス決済	73

第2編 マーチャンダイジング

第1章 | マーチャンダイジングの基本 81

第1節	マーチャンダイジングの基本	82
1-1	五つの適正	82
1-2	標的とする主要な顧客層	83
1-3	商品構成の基本	84
1-4	品ぞろえの幅と奥ゆき	86
1-5	商品構成と商品ライフサイクル	88
1-6	仮説と検証	89
1-7	レギュラーチェーンのマーチャンダイジング	90
第2節	販売計画の基本	94
2-1	販売計画	94
2-2	インスタア・マーチャンダイジング	95
2-3	スペースマネジメント	96
2-4	インスタア・プロモーション	98
2-5	ビジュアル・マーチャンダイジング (VMD)	104

2-6	週間販売計画	105
-----	--------	-----

第3節 仕入計画 108

3-1	マーチャンドアイジングと仕入計画	108
-----	------------------	-----

3-2	初期発注と補充発注	110
-----	-----------	-----

3-3	発注サイクルと発注リードタイム	111
-----	-----------------	-----

3-4	電子発注台帳方式	113
-----	----------	-----

第2章 商品管理の基本 115

第1節 商品管理 116

1-1	金額管理と数量管理	116
-----	-----------	-----

1-2	ABC分析	116
-----	-------	-----

1-3	ダブルビン方式	119
-----	---------	-----

1-4	売れ筋商品と死に筋商品	119
-----	-------------	-----

第2節 在庫管理 126

2-1	在庫管理	126
-----	------	-----

2-2	適正在庫の設定	127
-----	---------	-----

2-3	VMI	129
-----	-----	-----

2-4	食品ロスの削減	129
-----	---------	-----

第3章 価格設定の基本 131

第1節 価格設定の基本 132

1-1	価格設定の基本	132
-----	---------	-----

第2節 平均値入額の計算 136

2-1	売値値入率の計算	136
-----	----------	-----

2-2	売価ベースの平均値入率	136
-----	-------------	-----

2-3	目玉商品の値入率	137
-----	----------	-----

2-4	マージンミックス	138
-----	----------	-----

第4章	物流の基本	139
第1節	物流の基本	140
1-1	物流の分類.....	140
1-2	物流の担い手.....	141
第2節	物流の効率化	142
2-1	ユニットロードシステム.....	142
2-2	多頻度小口配送と共同配送.....	142
2-3	物流センターの種類.....	143
2-4	コールドチェーン（低温物流）.....	145
2-5	ピッキングロボットの活用.....	146
第5章	情報通信技術の活用	147
第1節	POSシステム	148
1-1	POSシステムのしくみ.....	148
1-2	POSシステムのメリット.....	150
第2節	バーコードとRFID	152
2-1	GTIN	152
2-2	QRコード	155
2-3	RFID	155
第3節	EDI	158
3-1	EDI.....	158
3-2	サプライチェーンマネジメント.....	159
	索引	161

