



富田賢（とみたさとし）

株式会社ティーシーコンサルティング代表取締役社長。事業提携による新規事業の立ち上げや売上アップを得意としている。この約5年で120社以上の豊富な実績。ベンチャーキャピタルにて上場経験も有する。慶應義塾大学卒業。京都大学大学院経済学研究科修了。
Webは、「とみたさとし」と検索！本稿のご感想、気軽にお送りください。電子メールは tomita@tcconsulting.co.jp まで！

富田賢の 横比較の目線

vol.8

PB商品で売上を伸ばしている小売チェーン業界との横比較

このコーナーでは、ゴルフ業界と他業界を比較して、ゴルフ業界を活性化するための提言をしており、今年5月から、中古車業界、予備校業界、家電業界、スイミング業界などとの比較を行ってきました。

今回は、アライアンスによる新商品開発について考察しましたが、今回は、プライベートブランド（PB）商品で売上を伸ばしている小売チェーン業界との比較を行ってみました。

プライベートブランド（PB）商品の「三方よし」

皆さん、プライベートブランド（PB）商品って、ご存じですか？

多店舗展開をしているスーパーやコンビニ、家電量販店などで、その小売チェーンのブランド名で、食品や雑貨、衣類、電化製品などのメーカー（ナショナルブランド）とのタイアップで生産したオリジナルな商品のことです。

多店舗展開している小売チェーンは、大量に仕入れて、大量に売る力

を持っています。そのため、メーカーとしても、オリジナルなプライベートブランド（PB）商品を作って、安く卸すことにメリットがあるわけです。

消費者としても、普段から買い物をしている小売チェーンへは、安心感や親しみがあるため、購入しやすく、また、ナショナルブランド（NB）商品よりも価格が安いというメリットを享受できます。

小売チェーンとしても、自社ブランドの商品を安く仕入れて、多く販売できれば、利益率も高く、売上自体も大きく伸ばせるため、非常にありがたい存在で、小売チェーン各社は、プライベートブランド（PB）商品に力を入れています。

プライベートブランド（PB）商品は、まさに、メーカー、販売チェーン、消費者のいずれにとってもメリットのある「三方よし」のアライアンス事例と言えます。

PB商品で力を示すセブン&アイ・ホールディングス

プライベートブランド（PB）商

PB商品が少ないゴルフ用品業界の現状

一部のゴルフ用品チェーンとゴルフ用品メーカーでは、PB商品として、少し安い価格帯のものもありますが、ゴルフ用品のPB商品はとても少ない状況にあります。これは、ゴルフ用品業界のアライアンス（タイアップ）の取り組みの少なさの現れです。

先述の通り、PB商品は、メーカー、販売チェーン、消費者のい

れにとってもメリットのある「三方よし」の取り組みですから、PB商品が増えることを期待したいです。

その際、セブン&アイ・ホールディングスのセブンゴールドのように、高品質・高価格のPB商品の方向を意識してみるのが、よいのではないのでしょうか。

前回のこのコーナーで、私が某大手中古用品チェーンと某大手用品メーカーのタイアップによるアイアンを購入してみたことを書きました。が、値段は、そのメーカーの通常の

品において、最も目立つ存在で、成果を上げているのは、イトーヨーカドーやセブンイレブンを展開するセブン&アイ・ホールディングスではないでしょうか。

セブン&アイ・ホールディングスは、さらなる新しい動きをしているようです。

2013年9月26日付の日経新聞に、「PB＝安いというイメージを覆す高品質・高価格のPB商品であるセブンゴールドの売れ行きが好調」という内容で、同社長兼最高経営責任者（CEO）の鈴木敏文さんのインタビュー記事が載っていました。

日本の消費者が安さと量よりも質を重視してきているため、安さを重視するスーパーの発想ではなく、PBにおいても、値段だけでなく質的な変化をもたらすPB商品を出すことにしたとの内容でした。

このように、セブン&アイ・ホールディングスのセブンゴールドにおいて、価格を下げる戦略ではなく、高品質・高価格のPB商品という戦略が出てきています。

製品より安いわけではなく、むしろ、タイアップの限定商品ということで、少しプレミアムが付いているような印象でした。PB商品でも高品質・高価格の戦略を取れるようになっていく事例と言えます。

最後に、PB商品だけでなく、例えば、ファミリーマートの中に「無印良品」のコーナーがあったり、高島屋の中に雑貨の東急ハンズが入ったりといった事例のように、小売チェーン同士のアライアンスを、ゴルフ業界の小売チェーンは検討してみるとおもしろいと思います。

■ ゴルフ業界への提言!!

ゴルフ用品においても、小売店とのタイアップによるPB商品を!

小売チェーンとメーカーがアライアンス（タイアップ）することによるPB商品をもっと企画し、生産・販売することは、ゴルフ用品業界全体の頭打ち状況を打破一つの突破口になる可能性があります。

現状、ゴルフ用品においてPB商品が少ない背景には、おそらく、用品メーカーにとっては、小売チェーンが製品を販売する重要な販売チャネルであり、他方、小売チェーンにしてみると、用品メーカーは重要な仕入れ先という関係性があるため、NB商品と競合する可能性もあるPB商品を作ることに抵抗があるのかもしれない。

しかし、その関係性だけに固執しては、新しい展開は望めません。しがらみから脱却し、小売チェーンと用品メーカーが提携して新しい商品作りをすることを目指してみてもどうでしょうか。

その際、安いPB商品を作るという発想ではなく、むしろ、高品質・高価格のPB商品を作る方向性を模索しましょう。性能やデザイン、限定商品としてのプレミアム感など、何か付加価値を加えることにより、価格を引き上げたPB商品を作ることは可能だと思われます。

その際、用品メーカーとしては、提携先を小売チェーンだけに限定して考えるのではなく、大手百貨店や高級ブランドメーカー、セレクトショップなどとの提携も考えてみると新しい展開が見つかるのではないかと思います。

普段、消費者と近い距離で接している小売チェーンとのタイアップによる新しい商品開発に期待します。