

図●ディスカунティング型フォーマットの商品構成グラフについて

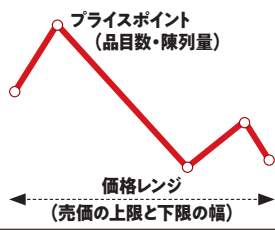
①商品構成グラフの作成方法

価格ライン(売価の種類)ごとに
陳列数量を数えて、
横軸を売価、縦軸を数量として
グラフ上に点を打ち線で結ぶ



②ディスカунティング型SMの商品構成グラフの種類

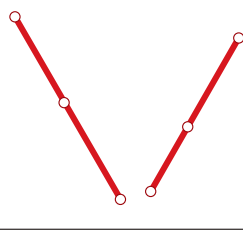
A型・左方に高峰型



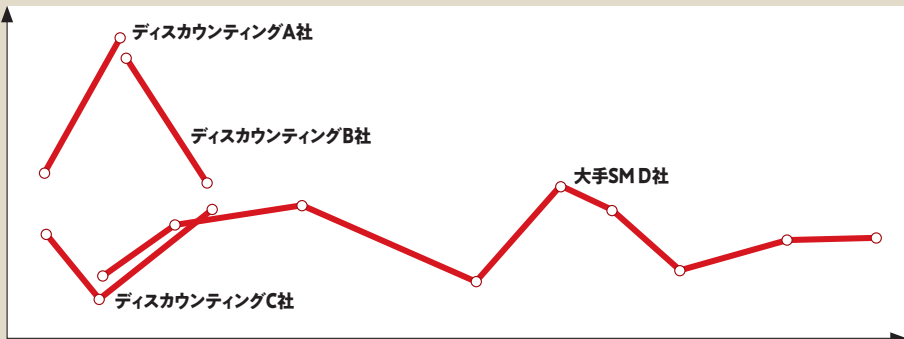
B型・左足はねあげ型



C型・極端型



③事例(レトルトミートソースの場合)



④ディスカунティング型SMの商品構成グラフの特徴

- ①価格レンジが狭い
- ②価格レンジが左寄り。したがって売価上限が低い
- ③プライスポイントが明確で左寄り
- ④価格ラインが少ない
- ⑤通常のSMの最低価格ラインに選択肢の幅があるから「安い」イメージが強烈になる