

回									
覧									

平成22年4月1日《第190号》

<p><明日を創造する></p> <h1>店舗インフォメーション</h1>	<p>発行：社団法人農協流通研究所店舗生活部 〒103-0014 東京都中央区日本橋蛸殻町 1-38-9 TEL(03)5643(3675) FAX(03)5643(3688)</p>
---	--

第4回S検水産検定

平成22年3月27日（土）埼玉県蕨市の（株）日本流通未来教育センター（マルエツ、ライフの研修センター）で第4回S検エキスパート3級の水産検定試験が、（社）日本セルフ・サービス協会（以下、セル協）主催で行われました。前回までは、全国スーパーマーケット協会（以下、全ス協）主催でしたが、組織の統合があり、今回よりセル協主催になりました。移行に伴い、開催が危ぶまれましたが、全国Aコープ協同機構としても教育体系に組み込み、対策講習会も実施、水産部門の技術認定の仕組みとして位置付けているので、開催をお願いしました。そのような経過もあり今回は、Aコープのみを対象にした検定試験になりました。4月には、広島会場で実施されるので、埼玉会場の参加者は、Aコープ北東北2名、JAライフ富山2名、エコープ庄内1名、エコープ関東3名、Aコープ佐賀3名、エコープみやざき2名の合計13名でした。試験内容は、筆記試験（商品知識と計数）と実技試験（アジとぶりの商品化、衛生、包丁とぎ含む）です。3グループに分けられ、スケジュールに従い順次実施されました。受験者にとって試験は緊張しますが、落ち着いて普段の力を発揮すればよいのですが、実技試験では、作業手順流を間違えたり、必要な加工作業が抜けたり、特に時間内の完了が求められるので“タイムオーバー”は失格の対象になります。残念ながら今回は、対象者が出てしまいました。それでも、

毎年受験者の実技を見ていますが、実技の評価は確実に上がっています。



検定の必要

一連の作業の流れ、商品価値の追求、包丁の取り扱い、衛生管理すべて業務の上で求められる知識、技術、作業能力のレベルは、ある段階（3級資格として）でキチンと確認され、評価されることが必要です。

一連の作業の流れ、商品価値



指摘事項

今回の受験者に対し、審査員から指摘がありました。技術的には合格ですが、商品、道具の取り扱いにおける衛生面での心構え、知識にかけているところがある。例えばアルコールの



使い方や不要なところでの使用が目立つ、濡れた手にアルコールをかけてもムダであり、それは、**基本的な知識に欠けている**と判断されても仕方がないという指摘です。(杉田)

お客さまに声を変える

「客さまと対話の少ないスーパーは、売れるチャンスを逃している。」お客さまに**積極的に声を掛けて、困っていることを聞いてあげる**。何故スーパーは、**対話をしようとしな**いのか。聞きたくても、目をそらしてしてしまっ**て逃げていく**従業員のなんと多いこと……。こんな提言記事（日刊商業）が書かれていて、「え〜」と思いました。さらに、「入りやすい店、出やすい店」欲しいものがなければ帰る。帰りやすいと、また気楽に行ってみようということになる。スーパーマーケットは入りやすい、買わなくても気兼ねなく出られる。買ってもらうことが大事。買ってもらうなければ売上げが落ちる。お客さまがお店に入ってくるのに**チャンスを逃している**。「”お客さまと話しをしてはいけない”ということ**で声をかけてはいけないこと**になっている。**対話をしてはイケない事**になっているのか。売場にはたくさんの商品があるのに内容がわからない商品が非常に多い。もっと積極的に説明をしなければ買ってもらえない。これを**チャンスロス**という。お客さまに声を掛けないから**チャンスロス**になっている。スーパーで働く人は、もっと「人間が好き」にならなければいけない。**積極的に声を掛けて、困っていることを聞いてあげ**ることができる従業員を作ろう。そして、声をかけない従業員は、**トップが作っている**ということ**を忘れてはならない**ということ**です**。確かに私たちスーパーマーケットに従事しているものは、スーパーマーケットの原理である「セルフ・サービス」の慣例に従い、「お客さまに自由に買い物していただく」為には、こちらから「積極的に話しかける」ことはしないという概念から、お客さまには、

挨拶はするが、「尋ねられなければ」会話をすることは**ない**。でも、アメリカのスーパーマーケットでは、「MAY I HELP YOU!」は当たり前です。**声をかけることが仕事**にもなっているのです。お客さまにお買い物を楽しんでいただくためにもお客さまに声をかけなければなりません。そのことは、もう一度、従業員全員が共通の認識としていただきたいと思います。

ラー油の新商品提案

万能調味料の需要が伸びている。その中でもラー油が目立つ。桃屋から出た「辛そうで辛くない少し辛いラー油」のヒットに続いて、SBから3月23日に発売された「ぶっか



け！おかずラー油」。ラ

ー油の市場は、ヒットもあり注目カテゴリー、伸び率も400%、2匹目のドジョウはあるか。話題商品として販促してみるべきだと思います。理由として1. 万能調味料の分野が、伸びている。2. 話題性がある3. これからの時期、中華食材も売れてくる、サラダ、冷奴、チャーハン、麺類などの商品にあう。豆腐のコーナーで関連販売の効果が期待できる。商品特徴として、おかず感覚で使う「ラー油」、「フライドガーリック」「アーモンド」「辣醬」の組み合わせが絶妙な美味しさと食感を楽しめる。希望価格330円、通常のラー油より高い、また通常のラー油は一度購入すれば、次の購入は何ヶ月後にもなるでも、このラー油は、用途も広いので確実に頻度は高くなる。実際、我が家の「辛そうに辛くない少し辛いラー油」の使用期間はほぼ1カ月でした。売り込み商材、話題提供、関連販売として活用できそうです。(杉田)



4月の講習会

講習会名 : **第21回 先進店舗視察セミナー（中京編）**
場 所 : 愛知県（名古屋市、一宮、豊田市）の激戦区
開催期間 : 平成22年4月14日（水）～4月15日（木）2日間
申込締切日 : 平成22年4月6日（火）

中京（愛知県一宮、名古屋市、豊田市）管内の激戦地区を視察します。
視察予定店舗
カネスエ北園通店・アオキー一宮店・ヤマナカー一宮フランテ・ピアゴ大和
パル名古屋店・バロー豊田店他

講習会名 : **第2回 経営幹部講習会**
場 所 : 東京都 農協流通研究所 会議室
開催期間 : 平成22年4月21日（水）～4月22日（木）2日間
申込締切日 : 平成22年4月7日（水）

*この講習会の参加者は、経営幹部者を対象にしたものです。会社の政策を考え戦略の方向性を立てることを目的にしました。内容は、SWOTによる区分、3C分析、そして会社の目標の数値を設定することです。そして、この戦略を今後上級管理者が戦術として具体的に現場に落としとしていくものになります。この上級管理者講習会は、6月い予定しています。

5月の講習会

講習会名 : **第122回 店舗職員資格認証（初級）講習会**
場 所 : 神奈川県平塚市 全農営農・技術センター
開催期間 : 平成22年5月18日（火）～5月21日（金）4日間
申込締切日 : 平成22年5月6日（水）

講習会名 : **第1回 売場部門責任者・SM話題店舗視察講習会（生鮮部門）**
場 所 : 視察先埼玉県所沢、川越（ヤオコー、いなげや、西友、COOPさいたま）
都内 オオゼキ、サミット 座学 農流研 会議室
開催期間 : 平成22年5月25日（火）～5月26日（水）2日間
（注：H22年度講習会計画（カレンダー）の日程と異なります。）
申込締切日 : 平成22年5月11日（火）

*話題のヤオコーvs西友vscoop、ヤオコーvsいなげやの競合状況
視察から売場づくりを学ぶ、オオゼキの坪効率No1売場の秘密を探る