

回									
覧									

平成18年9月1日 第107号

<p><明日を創造する></p> 	<p>発行：社団法人農協流通研究所 〒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) 発行責任者：間宮 洋一</p>
--	---

スーパーマーケット創論 第1弾

Aコープに携わるものとして、「スーパーマーケットとは何ですか」と問われたときに貴方ならなんと答えますか。「日常の食生活で使う食材を提供する店。お客さまは、ワンストップショッピングで自由にセルフサービスでお買い物していただき、レジで精算、キャッシュアンドキャリアしていただく店」、「店舗の運営の原則はセルフサービスと部門別管理です。」と応えたら、それでは甘いといわれてしまう。「Aコープが目指しているものはスーパーマーケットですか」の問いかけから、その甘い考えを、根底から叩きなおしてくれたのが、平成18年8月23～24日に開催された第7回店舗戦略トップセミナーで講演していただいた元サミットストア社長の荒井伸也氏のスーパーマーケット創論です。そもそも、スーパーマーケットは今から50年ほど前に、アメリカから入ってきたもので、日本の小売店舗の代表は百貨店であり、食材の提供者は、業種の小売店であった。それをこぞってスーパーマーケットという業態で提供しようとしたのです。電鉄系、百貨店、総合商社、問屋が資本力を活かしてものにしようとしたが実にならなかった。一方で、単なる八百屋、魚屋、果物屋、肉や、雑貨屋がスーパーマーケットなるものをはじめたのですがこれは、零細企業でした。そして、利益をあげていったのは、食品中心でない日本型スーパーマーケットとして君臨したダイエー、東急ストア、西友、IY、ジャスコだったのです。ここに、スーパーマーケット

の本来あるべき姿が取り違えられてしまった大きな要因があるという。スーパーマーケットとは「セルフサービスで大量仕入をして、人手を省いて安く売る商売」と思っている人がいたら大間違いである。これを改めてほしいということ荒井氏は強調されたのです。そこで、スーパーマーケットとは何かを突き詰める。スーパーマーケットとは、価格破壊を推し進めるものでもなければ、高級食材を提供する店でもない、スーパーマーケットとは、「日常の食生活に必要な家庭内食材(内食)を提供する店」であり、「安心して買える日常の食品がいつでもその時期に、決められた状態で変わらずに、いつでも揃っている店」それが「ワンストップショッピングで買える店」である。これを、店に携わる人がすべて理解し、自らにあたえられた使命の元において、自己の利益を優先する事なくお客さまのために尽くす事ができるかどうか。そして常にベストな状態を作るために改善を積み重ねていく。一人一人がそれぞれの力でやっているには、効果がないので、設備と提供する環境の仕組みを創り最高の技術で運営していく。

コンセプトの重要性 コンセプトとは、それぞれの構成している形は違っていても、もろもろの概念の中に共通した要素を持っているものである。それぞれの部門の中に共通した考え方が一つ串刺しにされている事が重要です。コンセプトがキチンと出来ていることでいろいろなものが出来てくる。ないとだめでありこの共通した概念で商品が品揃えされ、提供

されている事がものすごく大事である。これが有機的な仕組みです。ということを述べている。

気になるダイエー再建

理由は、1.カリスマオーナー中内体制後の再建計画であり、どう企業イメージが払拭され再建がなされるのか。2.日本型スーパーマーケット GMS の厳しい運営を経営者たちがどう指示を出し、どう体制改革をしていくか、各社の対応の一つとして注目。3.林会長兼CEOの人柄における再建は、ダイエーというキングコングをどう手なずけ、再建建て直しができるのか。スーパーマーケットに特化するという宣言。どう売場が変わっていくのかの期待。

4.小売業界のドンの行方は、今後の業界再編と小売業界の組織体系に大きく影響していく。かつて1960年代にスーパーマーケットの業態に先陣を切って参入した商社が再び、卸の再編を機に小売の店舗機能をも統合し総合的統制を進めている。以上の理由です。民間のリサーチからすると、ダイエーの生鮮売場の変化は、一定の評価を得ていて、主婦の声からもダイエーの生鮮売場が変わったと評価。「おいしいデリカ宣言」などの売場作りの評価は、「以前よりは改善した」とされている。しかし、中には、「鮮度管理への意識がおろそかになり、ばらつ

創論の具体的内容は、次回に続く(トップセミナーより 第一弾 事務局)

きがでてきた。」という専門家の声もあり、「以前、ダイエーを利用して最近利用しなくなった」お客さまの1/3の人の声は、品揃えや価格に不満を理由に挙げ、価格に対する不満であった。ダイエーのチラシは、「思い切った価格の設定がなくなった」という声にもなる。その背景には、商取引の正常化にあわせた動きでもあり「不透明なリベートの撤廃」も無関係ではないが「特売価格が上がっている」事は確かである。トップの考えは、低価格に頼らない特売企画の実施。例えば「カレーフェア」であれば、精肉売場に固形カレーを並べて夏野菜カレーを提案することなど関連販売の売場提案を進めている。「メーカー・卸を揺さぶって利益が出る時代ではない。この販促企画で売上を伸ばすしかない」こうしてダイエーの再建がなされている訳ですが、どうも売場の担当者との間にギャップが生じているような気がする。その筋にかけた人が先導し、現場を直接指導するしかない。統制する仕組みづくりにつながっていないと、まだまだ時間がかかる。その間に周りの環境は、どんどん変わってしまう。

講習会案内

10月の講習会

講習会名 : 第59回店舗職員資格認証(上級)講習会

場所 : 神奈川県 「全農営農技術センター」

開催期間 : 平成18年10月3日(火)~10月5日(木)3日間

申込締切日 : 平成18年9月19日(火)

講習会名 : 第60回店舗職員資格認証(上級)講習会

場所 : 滋賀県 「アグリティ滋賀」

開催期間 : 平成18年10月11日(水)~10月13日(金)3日間

申込締切日 : 平成18年9月27日(水)

講習会名 : 第61回店舗職員資格認証(上級)講習会

場所 : 福岡県 「JA福岡教育センター」

開催期間 : 平成18年10月11日(水)~10月13日(金)3日間

申込締切日 : 平成18年9月27日(水)

講習会名 : 第7回年末対策(BY・販促)講習会

場所 : 神奈川県 「全農営農技術センター」

開催期間 : 平成18年10月19日(木)~10月20日(金)2日間

申込締切日 : 平成18年10月5日(木)

年末対策! 戦術講習