

回									
覧									

平成19年3月1日 第119号

<p>&lt;明日を創造する&gt;</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 〒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>
---	---

## 第75回海外セミナー《店長コース》報告

2月15日～21日の7日間、総勢54名でアメリカ西海岸(ロサンゼルス、サンフランシスコ)の店舗視察。**\* どんどん変わるアメリカ** セーフウェイ、クローガー、アルパートソンの大手3社が積極的なM&Aによって食品の販売金額の7割以上を占めた時代から**\*ウォルマートの脅威** ディスカウントストアがスーパーセンターという業態で食品市場に進出し、スーパーマーケットを押しつけてウォルマート・スーパーセンターが食品の販売額1になった。**\*消費の2極化** 現在のアメリカの消費者は所得レベルの格差によって2極化し、いわゆる中産階級が減少している。この中産階級をターゲットとしてきた大手3社を代表する一般的なSMが没落し、特徴ある品揃えやサービスで差別化された中、小の企業が伸びている。

どの店舗も買い物をしているお客様がす

ごく楽しそう。連休中であつたこともあるかもし



れないが、家族連れが多く、楽しそうに買い物をしている姿が非常に印象的でした。日本では買い物は、嫌いな家事の上にくるが、買い物とは本来「楽しい」ものであるはず。店舗はお客様が楽しめる「場」を提供するものでなければならぬと改めて思う。

**SMのレストラン化** デリカ売場で温かい食材を買って、店内のテーブルで食事をする。「買い物をしにSMへ行く」「食事をしにSMに行つてついでに買い物をする」。SMの来店動機、利用の仕方が変わってきている。店内での朝食、昼食需要を取り込むことができる店舗への来店頻度が高まり繁盛している。

**オーガニック商品の花盛り** どんな店舗でもオーガニックを多かれ少なかれ品揃えすることが当たり前になってきている。現在はホールフーズがとび抜けた存在になっている。日本でもオーガニックでは無いが「地産地消」という考えが定着、共通することは**安心・安全・健康**である。ただ、アメリカも日本も数年後はどうなっているかは明確にはわからない。

**トレーダージョーの存在** 250坪のトレーダージョーが隣接する1000坪のセーフウェイを圧倒している。トレーダージョーの商品は90%がトレーダージョーにしかない**PB商品**。

セーフウェイの1/4の売場面積、1/10の品揃え



しかなくても、NBの売れ筋商品が無くてもお客様はトレーダージョーを信頼し、トレーダージョーの商品が好きで満足しているからここで買い物をする。まさに私好みの店「My F

avored Store」お土産に買ってきたトレーダージョーのPBのジャムもコーヒーもチョコレートも実に美味しかった。トレーダージョーの強さを帰国してからも実感できた瞬間でした。

アメリカで起きていることはやがて日本でも起こる。日本ではまだまだ全てのお客様をターゲットとした平均のSMのシェアが圧倒的だが、所得レベルも年齢構成もいびつになりつつある中で、誰のための、どんなお店なのかをはっきりさせなければ全てのお客様を失うことになるのかもしれない。

今回のセミナーのコーディネーターである浅野氏の「Aコープは地域に根ざした店舗とし

### 今年の冬 東京に雪はなし

気象庁が1876年(明治9年)に観測を開始して以来、初めて都心で雪のない「冬」になる見通しとなった。地方でも雪が少ないという情報はあったが、具体的に数値で示されるとびっくりする。平均気温も2度~3度高い、既に桜の花が咲き始めている。\*季節対応ではなく気温対応 売れ筋が変わっているのに、相変わらず冬の売場展開では、お客さまが困る。鍋物のコーナーは、麺コーナー・煮物コーナーに、肉は、すき焼きではなく、焼き肉、しゃぶしゃぶです。如何に気温に対応できているかが問題です。売場の演出、品揃え、商品提供が何処まで追いついているか。店長責任で売場変更をさせ、商品を変え、棚割りを変更させる。明日の気温18度、あさって10度ではパートさんに

### 通信教育ご案内

#### 第13回Aコープ店舗通信教育 H19年度春期生 募集中

開講コース： 第13回 初級通信教育コース  
第13回 中級通信教育コース

開講月： 平成19年 4月開講

受講料： 初級・中級ともに18,900円(税込み)

申込締切日： 平成19年3月20日(金)(要領では3月8日ですが追加受付します)

締め切り迫まる。

申し込み方法：店舗通信教育申込書に必要事項をご記入のうえ、県・会社 本部に提出してください。本部ご担当者がまとめて農流研にご送付ください。

て、例えば朝、ごはんのみそ汁があり、地域のお年寄りが朝食をとりにやってくる、Aコープに行けば誰かがいるという、そういう何か『場』の提供を考えるべきではないか」という話が印象的に残りました。 (品田)



は判断できない。したがって、ここは店舗の最高責任者、店長の判断、指示が威力を発揮する。そば・豆腐が売れている。納豆が売れたのはTV報道だけのせいではない、気温がそうさせたのです。サラダ関連を強化し、デザート、和菓子の強化を図る。3月の気温は高めで、雨が多く天候不順の予報である。そうであれば、中華に頼るしかない。大陳コーナーを常設し、タイムリーなMDを入口で展開する事は、意義がある。青果の平台展開とあわせてもよい。ただし、季節・旬の対応とあわせ、気温に合わせたウェザーMDの対応です。そのような対応をしていかないと、きっとお客さまは、ストレスを感じてくる。対応が遅れる店は、確実にお客さまの選択から外れた店になっていく。 (杉田)

〔受講者 県・会社 農流研〕  
別紙〔様式 1 号〕

## A コープ店舗通信教育申込書

平成 年 月 日

(社)農協流通研究所 御中

A コープ店舗通信教育の受講を申込みます。

受講区分 (該当に 印記入)	1. 13 回初級平成 19 年春期	3. 14 回初級平成 19 年秋期			
	2. 13 回中級平成 19 年春期	4. 14 回中級平成 19 年秋期			
所属	都道府県名	J A 名			
		会社名			
	所在地	〒			
勤務先	勤務地名 (店舗名など)				
	所在地	〒	FAX		
受講者名	現在の職務	* 担当部門、担当役職を記入のこと			
	店舗業務経験年数 (通算)	( ) 年			
	店舗職員資格認証 (初級) の取得有無	無 有			
	ふりがな			性別	男性 女性
	氏名	印		年齢	歳
	自宅住所	〒			
教材、添削等の送付先	〒 (送付先が自宅住所と異なる場合のみ記入のこと)				
受講料払い込み者 (該当に 印記入)	所属 J A	所属会社	勤務地(店舗)	受講者個人 其他( )	

\*振り込み口座・NO・名 農林中央金庫・大手町営業部・普通預金 9 1 8 9 9 6 0 ・(社)農協流通研究所講習会

\*入金締め切り日 第 1 3 回・初・中級春期 平成 1 9 年 3 月 2 6 日 (月)  
第 1 4 回・初・中級秋期 平成 1 9 年 9 月 2 5 日 (火)

\*ご記入いただいた個人情報は、受講者データベースおよび資料・添削物の発送に使用させていただきます。