

回									
覧									

平成19年4月15日 第122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>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

店長の職務とは

店長の役割は、店の目標営業利益を達成する事です。これは、店長に与えられた重要な職務の一つです。そこで、これを達成させるために何をするか。公式では売上から売上原価を引きそこから販売管理費を引いたものが営業利益です。目標どおりにいかに売上高を達成させるか、売上高がいかにないならいかにして売上原価を下げるか、売上もだめ、売上原価も下げる事が難しければ、いかに販売管理費を下げるかという事で、方法は多様になる。そこで**店長は考えた**。店長がいくら売上を上げようと激を飛ばしても肝心の人が動かなければ仕方がない。であれば、「**店長の最も大きな仕事は人を育てる事**」だと考える。人が育てば売り方が変わる。売り方を変えようとするれば売場が変わる。良い売り場が変われば、お客さまの支持が高まる。支持が高まれば、お客さまが増える。お客さまが増えれば売上が上がる。人が育てば生産性が上がる。生産性が上がれば利益も出てくる。では、**人を育てるためには何をすればいいのだろう**。少なからず物を販売することは嫌いではないはず。物が売れて、**お客さまに喜んでもらえる**。お客さまが“何故”その商品を買わなければいけないか納得すれば物は売れる。一人ひとりが考える。「**働いている一人ひとりがいかにやりがいを持てるかが重要**」になる。「何の

カットフルーツ

消費者の価値を創造してあげることが競争で生き残っていくうえで必要なら、消費者が問題にしていることに対して、解決策を売場の中

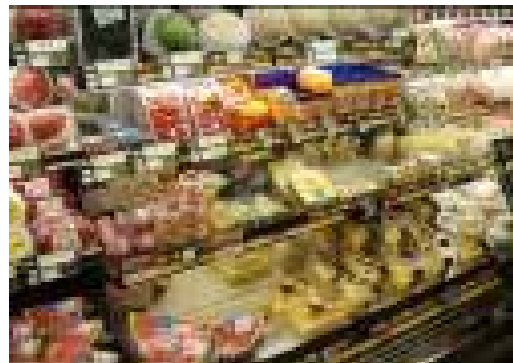
ためにその作業をするか」が理解させれば、的を得る。理解してもらうまで、じっくりと話し合う。**目的がわかれば人は育つ、人が育てば売上は上がる。人が育てば利益は出る。だから人を育てる**。作業の効果を測定し、上手くいってれば褒めたたえ、そうでなければ繰り返し取り組んでもらう。納得してもらうまで話し込む。「**コミュニケーションが上手くいけば業績はおのずと付いてくる**」。それが仕組みづくりです。でも現実、「部門の主任が野球で言う4番でピッチャーを務めている。」一人の人に負担がかかりすぎでは続かない、それぞれが力を出し切る全員野球が課題になる。単に売上を上げることを目標にして毎日がんばっていても決して業績は上がってこない。それより、店長がとにかく人を育てたい。何のために私たちは働いているのかそれが共有できれば業績は上がってくる。そのための手段にコミュニケーションは欠かせない。やり方もいろいろあるはず。入口や特設コーナーでの催事企画、企画をたてて主任に任せる。主任は、それを部下に落とす。全員でアイデアを出させる。役割分担もさせる。演出が好きな人もいる。色使いが得意な人もいる。試食販売が上手なパートさんもいる。人が持っている能力を引き出せばよい。そのようにさせていくのも店長の役割である。

に出していくこともその一つの対応策になる。例えば「果実を食べる際に嫌なことは何ですか」というお客さまアンケートに対する答えは、

60%強の人が「皮をむくのが面倒」と応えた。であれば、果物の皮をむくことが面倒なお客さまに対して**カットフルーツの販売は、その問題解決の一つの対応策となる**。その試みを売場で検証していく。ではどうすればよいのかを考える。カットフルーツだから冷ケースでの販売が基本（平冷ケースもOK）衛生管理 鮮度のアピール 値ごろな価格設定。ケーキ感覚でかえるプライスゾーンの設定などがポイント。価格ゾーンは、ハレの日のセットアイテムも入れれば90円～1480円。通常を中心価格レンジは198円～398円、プライスポイントに100円（100円ケーキの感覚）、198、298円を設定。苺、パイナップル、キュウイ、オレンジ、メロンのアイテムで量目をかえSKUで対応すればよい。ハレの日にはセットアイテムで780円、980円、1280円も

登場する。

鮮度の訴求をピーアールするには、一気に切って一気に売り切るタイムサービスも効果的。一口サイズ、カットしたばかりのフルーツであればフルーツの香り、シズル感も出る。果実は、衝動買い商品だから、いかに美味しそうに、あるいは付加価値を訴求して売ることがポイント。専門性を高めた情報提供（美容と健康に）、カットフルーツの詰め合わせ。ヨーグルト、ジャムの併売、デザート、スイートコーナーとしての魅力を出す、少量パック、目新しい輸入果実の導入もいい、アイデアと手間を掛けた工夫をして、マーケティングの力量を試すことになる。試食、量り売りを実施すれば、お客さまに楽しんでいただける。好きなものを必要な量だけ、組み合わせも出来れば魅力である。（杉田）



某店定点観測 正午のカットフルーツ売場

午後6時の売場 スイカ、パイナップルが好評

講習会案内

5月の講習会

講習会名 : 第113回店舗職員資格認証(初級)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19年5月8日(火)～5月11日(金) 4日間
 申込締切日 : 平成19年4月27日(金)

カットフルーツの実習あり

講習会名 : 第53回青果部門強化講習会
 場所 : 東京都 「カワジュンシヨールーム」「東京都立産業貿易センター台東館」
 開催期間 : 平成19年5月22日(火)～5月24日(木) 3日間
 申込締切日 : 平成19年5月8日(火)

テーマ別セミナー

講習会名 : 第18回先進SM視察セミナー
 場所 : 千葉市より南西部 流山おおたか森SC、ヤオコー牧の原モア店 村の市場
 開催期間 : 平成19年5月23日(水)～5月24日(木) 2日間
 申込締切日 : 平成19年5月7日(火)