


回									
覧									

平成19年12月15日《第138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>
--	--

信念をもった計画

小麦粉の高騰により小麦粉を原材料とする商品が値上りし、第一段階の食料品が値上りし消費者の財布の紐がなんとなく締まる。それが、食文化（大阪のように）であるお好み焼きやたこ焼きが値上されるとなるとコレは、目の色が変わってくる。石油の高騰は社会問題です。このような中で、年末商戦が繰り広げられるわけですから、現場では不安がいっぱいです。だからこそ計画が重要になるわけです。それが単なる数値合わせであるとするれば痛い目にあうという事です。何故その商品売なのか、何故その価格なのか、その価格は値ごろをついているのか一つ一つ信念をもって計画し販売しなさいという事です。

部門の年末商戦のポイントについて、農流研契約コンサルからの直前の助言をうけましたので報告します。

●青果 相場はほぼ安定しているものの、分類によっては高値で安定しているものもあるので、注意が必要。煮物の中心サトイモ、ごぼうは高め、中国野菜に対する需要が少なくなり、国産が高値になっている。菌茸関係も同様に高値になっているがこれは、出荷調整によるものも考えられるので、ある時期に値を下げるかもしれない。高くて需要はあるので、展開はキチント行い値ごろ価格198円のラインを抑え販売の方法を選択する（なべ物は売っていかねばならないから）。レタス、きゅうり、トマトが高値である。トマトもきゅうりも重点商品であるから売らないわけにはいかな

い、バラのトマトは198円を越したら売れない。2個で398円の値ごろをしっかりとおさえる。きゅうりも3本198円は守りたい。レタスも298円止まりにする。つまり、相場に合わせて売価を決めるのではなく、いくらで売るといって売価をキチント押えておくという事です。みかんは、九州産（佐賀、熊本）は水っぽい（雨が多かったから）、愛媛は酸味が強い、和歌山、三ケ日は安定している。“何処のみかんを売り込め”というよりは、お客さまの嗜好に合わせて販売しなさいという事です。酸味の強いみかんが食べたい人もいるし、さっぱりしたものがよい人もいる。それぞれの産地の特徴があるので、それをお客さまにしっかりと試食してもらい味を確認しお客さまの好みで買ってもらえるようにすることです。だから、3つの産地の品揃えが必要だし1、2kg、徳用サイズ、5kg、10kgのアイテムを作り品揃えの豊富さと選ぶ楽しさを訴求してください。値ごろは5kg980円、10kg1,980円です。リンゴは種類を絞る。売れ筋の大半はフジ（70%）です。ジョナゴールド、むつ、はカットしてもよい。値ごろは1個98円と徳用サイズです。苺も売込アイテムの絞込みです。関東であれば味品質で安定している“とちおとめ”をアイテムの中心にサイズも2L、AAと品揃えをすればよいわけで“あまおう”、“さがほのか”を同じように展開するとロスに繋がるので品揃え程度でよいのです。値ごろは398円です。水物のたけのこは、中国産の表示物はなく

なっているのですがしっかりと品質を見極めてください。中国産を国内でつめて国産にしたような商品が見受けられます。”偽り“はご法度です。 (青果コンサル 藤井)

●**精肉** 鮮魚に対する逆風で精肉が好調。だけど内容は単価がアップしているからです。コレに甘えてはいけません。嗜好が変わってきています。**すき焼き強化**の売場では売上は稼げません、**じゃぶじゃぶ、ステーキにシフト**しています。じゃぶじゃぶは「～人前」の表示をしっかりと Corner 化、セット、組み合わせ、豚しゃぶも人気です。気温がたかければ焼肉も作ります。年末の際は、やはり和牛です。1パック2,800円が値ごろです。和牛と交雑牛による訴求でホルスは控えます(商品も品薄です)。チキンは高値です。クリスマスのチキンは量はおちますが需要はあるので、数量はおちても単価でカバーできるので品質のしっかりしたものをキチント売ってり売上高を確保します。ステーキ強化は「ステーキセット」の挑戦、和牛(2・3・5枚)、厚切りの挑戦、セット(サーロイン、もも、リブロースの組み合わせ)です。ポイントは**質**の訴求です。

(精肉コンサル 遠藤)

●**鮮魚** 厳しいですね。実績は昨年比95%、生かき、うなぎは昨年実績70%です。かにも高めですが売れるものは売れるので値下げを

することなく2980円、3980円で自信を持って販売してください。売上を稼ぐのはやはりお刺身です。際の勝負は2980円です。単価アップが必要です。2,980円を売るためには、1,980円、2,980円がありそして4000円～5000円の松が必要になるわけです。数の子は、東は味付け、西は塩数の子でハッキリしています。塩数の子は早めに売り切り、際では味付けです。(鮮魚コンサル 堀内)

●**惣菜** 「味、質」の訴求です。価格も2極化しています。誰のための商品であるのか明確にすることです。おせちの予約をみると1人前、3人前小ぶりの注文が目立ちます。惣菜コーナーに力をいれているところは売れています。片手間の品揃えの売場では売上は昨年対比はできていません。やはりPOPの中にしっかりと売りの特徴、誰のための商品であるのかアピールしてください。(惣菜コンサル 山岸)

日配は苦戦していますが、値上ムードのなかで重点商品の価格据え置きの効果で一食は好調です。価格対策商品は前面にだしてアピール、定番内にもしっかりと価格凍結商品の主張を入れてください。各部門共通にしているのは**質**の訴求です。高いから売れないのではなく**質と価値**の訴求、**誰に買っていただくのかをPOPでハッキリつたえ演出**でアピールしてください。“偽”が最大の誤りです。自信を持って販売することです。(杉田)

講習会案内

1月の講習会

セミナー名： 第115回店舗職員資格認証(初級)講習会
場 所： 平塚 全農営農・技術センター
開催日： 平成20年1月22(火)～25日(金)
申込締切日： 平成20年1月8日(火)

1月のセミナー

セミナー名： テーマ別セミナー 第19回食品安全管理対策セミナー
場 所： 東京 東京都立産業貿易センター台東館
開催日： 平成20年1月29(火)
申込締切日： 平成20年1月15日(火)

食品表示
のセミナー
です。

*豊富な事例にもとづき食品表示の安全管理対策、あわせて衛生管理の対策を学びます。法的対応の知識は学ぶしかありません。積極的な参加をお願いします。