


回									
覧									

平成20年1月15日《第140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>
--	--

企業姿勢の表明

今年も政治・経済の情勢は不安材料をかかえ、明るい兆しは見えない。石油・穀物の高騰による原材料の値上・コストの増により商品価格の値上げ。価格凍結、PBの訴求で対応するが、今後消費税の税率アップも予想され消費者の需要の低迷は免れない。そのような中での企業の方針、トップの舵取りが重要になる。商品の安全・安心への取り組みを第一に挙げる企業が多い。企業がどのように社会に貢献していくかという姿勢は消費者からすれば信頼・信用の秤であり、利用する店舗を選ぶ一つの判断材料になる。環境問題への取り組みも同じです。一方、商品提供が本業、その対応に迫る。

消費者対応

本質の提供 消費の動きを見ると消費者が自分の判断(価値観)で消費を決めている。それを消費者の「自由選択」とか極端には「**二極選択**」とか「**ポスト究極**」と専門家は表記している。消費者が自らの**答え(本質)**を求めて消費している様子が感じられる。高付加価値のモノやサービスであればその趣向が合えば、高いものでも売れるということになる。一方、人が行く場所、求めるものが共通になる現象も起こる(福袋、人気商店街・ショッピングタウン)。ただし、これも単に流行とかみんなが行くから、持っているからという事ではなく、「いいものがある」と「ありそう」という確信が行動になっているという事です。それから、「**オタク消費**」という表現も気になる。大量消費ということではなく、個人の趣味、趣向に根ざした商品

が求められ、特定の分野に深い商品知識も持っていて、こだわり料理の食材・調味料、無農薬、有機といった商品を買いたいという需要があるという事です。さらには、自ら体験することで本質をつかむ体験ツアーや自ら栽培したものを消費する家庭菜園もコレを裏付けている。このように多様化した個人の欲求に応える商品が売れていく傾向にあり、これまでのように、単純に、絞り込んで標準化した品揃えでは対応ができないという事になる。専門の知識も必要になる。いろいろな情報を取り入れ方向を決めなければならない、情報の収集屋と今度は整理する人、そして最終的に品揃えを決断する人の役割が重要になる。肩や「**人のつながり**」とか「**らしさ**」ということも求められる。売り手が商品の提供に主張を持たなければいけないという事です。「**Aコープらしさ**」も迷うことなく私たちにできること、私たちが独自に持っているものを、自信を持って提供する事です。あとはお客さまが判断してくれます。但し、この商品を何故販売しているのか、何故お客さまが買わなければいけないのか(確信を持って)アピールし、情報を流すことはしなければなりません。

***キーワードの整理** 今年の売りのキーワード(日経MJ1月4日記事)をまとめてみました。どんな商品に挑戦するのか、どのカテゴリーを売り込むのかヒントにすると良いと思います。加えて色による演出を大切にしたいと思います。経営者の今年の色のイメージは、「灰色」でした。でも売場はそうはいきません。

色の使い方、カラーコントロールが重要で、ましてや先ほどから述べている、個人のニーズの対応はこの色のイメージが重要です。商品化、アイテムの選出、陳列、演出舞台、什器の色、

包装、色使い、配色の選択が必要だと思います。去年は、健康に効くイメージで黒が流行。今年は健康的な緑、青、元気の出るオレンジ色の強化はいかがですか。(杉田)

消費表記	選択消費	格差	一人十色	
	物	コト		
	嫌い	好き		
質・価値・価格 項目区分	安い (下)	中	高い (上)	色
環境 エコロジー、エコ				緑、青 オレンジ
健康、メタボ サプリメント				緑、青 オレンジ
安全・安心 信頼・信用、堅実				緑、青 オレンジ
感動 (共感)				
体験型				

店頭入口での演出効果

まずは、入口で店のイメージを作ることが大事。コレまでも、入口の演出の重要性については述べてきましたが、店のテーマは“これです”をしっかりとお客さまにアピールできる場はやはり店頭入口の第一マ
グネットです。均一化したお店が多い中でお客



さまへのアピールが不足しています。これから季節催事イベントが続くこの時期です。毎年のことですが重点管理してください。節分、バレンタイン、がんばれ受験生。良い事例がありましたので紹介します。

(がんばれ
受験生→)
(←バレンタイン
コーナー)



講習会案内

2月の講習会

講習会名 : 第1回グロッサリー部門強化講習会
場 所 : 平塚 全農営農・技術センター
開催日 : 平成20年2月5日(火)～7日(木)
申込締切日 : 平成20年1月22日(火)

締め切りが迫っています。
是非参加してください。

- * 《アールエス研究所 代表 石黒先生》 が伝授します。売り方手法
『新しい売場改善のスゴ技』を民間の改善後の数字とともに大公開いたします。
- ズバリ！売上そのままでも粗利が上がる2つの方法
 - スーパーにおける『陳列』の意味・目的 ●陳列の基本！定番の活性化方法
 - ズバリ！売上そのままでも粗利が上がる2つの方法
 - 3月のビッグマーケット毎のお客様のニーズ ●コレは使える！3月度の販売計画書を作ってみよう ●オススメの週別販促《インプロ&チラシ》計画
 - 昨年3月度、日別週別の主要アイテム消費状況