

回									
覧									

平成21年3月1日《第167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店舗研究部 〒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)</p>
---	--

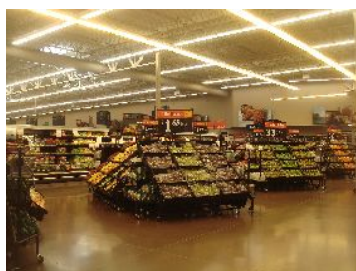
## 第78回海外セミナーレポート

不振を極める米国小売業の中で健闘しているのが、ディスカウト（DS）業態、インターネット販売、小商圏対応の食品スーパー（SM）、低価格路線ドラッグストア（Dgs）、さらにはバラエティストアー（VS）です。物が売れなければ売れなくなるほどディスカウト、低価格（エブリデーロープライス）、こだわり・理由あり戦略をとる業態に人気が集まるのは当然ですが、米国の消費者が予想以上に安さの支持をたかめていることに驚かされました。

### 安さ、信頼、こだわり

そのなかでも、世界最大の小売業ウォルマートへの支持が群を抜いており、まさに独り勝ちの状況となっています。価格の決定権をメーカー、生産者から奪いエブリデーロープライスを実現しているだけでなくこの不況下に堅調な実績をあげている要因は、（1）一貫した戦略

（EDLP）にブレがないこと  
このことが消費者に安心感をあたえ取引先が、運命協同体のパ



ートナーとして相互に信頼関係を築いている。  
（2）商品センス（パッケージ、デザイン、クオリティ、プレゼン）の向上 人気商品の品揃え充実、特に安心・安全・健康をポイントにした品揃えの増加は当然のことですが、お客さまを飽きさせない品揃え、レイアウト、売場演出技術の向上により目の肥えた消費者ニーズに応える売場提供ができています。（3）企業イメ

ージの向上にも多くの労力を投入 環境対策への取り組みも加速的に進め社会貢献の高い企業としての取り組みを強化している。（4）持ち株制度の実施 従業員のモチベーション（ES）を上げることによる企業存続等も大きな要因となっている。これらの要因を含めウォルマートが前年割れをしていない数値については敬服する。

### エンターテイメント

業績好調もしくは現状を死守している企業の大半は価格インセンティブを持っている企業です。そんな中バジェット（家計）・グルメ業態のトレーダージョーズは圧巻でした。創業50周年を迎え現在380店舗、10年前は30店舗の企業でした。小型店（売場面積300坪前後）で3,000SKUに編集された商品、80～90%を占めるPB、そして働く従業員の軽妙なコミュニケーション、店のあちこちで見られるエンターテイメント（楽



しさ）。特に圧倒的なパワーを持つPBが、競合他社とバッティングする商品がほとんどないために価格的に優位に立ち、他社を大きく差別化する要因になっている。PB志向は、ほかのチェーンも進めているが、多くの場合NBのコピーに終わっている。しかしトレーダージョーズは、ユニークな商品の開発に重点を置いている。例えばワインのPBである「チャール

ス・ショー」は、値段は1ドル99セント、種類も豊富で激安だけでなく原産地がぶどうの優良処ナパバレー産であるところが大きいなるミソになっています。

### 独自性、人のかかわりの重要性

経済環境が大変厳しい中においては、コピーする時代は終わり、いかに独自性を発揮し、自店

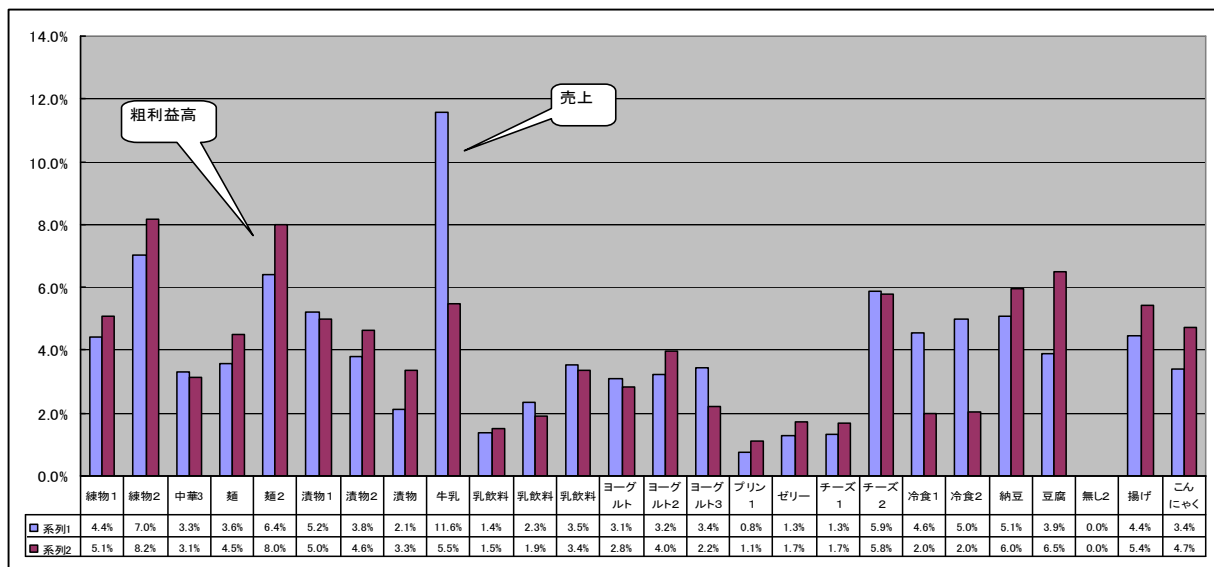
### 生産性に見える化

売場の生産性、坪当たりの売上、売場の生産性の数値を知っておく必要があります。そして、発注、陳列、加工作業（人件費）、水道光熱費などコスト（正確な算出は大変ですが）を算出して部門別の損益計算を産出してみると赤字の部門も見えてきます。昔は利益も取れていて貢献していた青果部門が今は赤字になっている可能性もあります。惣菜、鮮魚はまず赤字です。「えっ私の部門も赤字」っていわれると何か元気もなくなります。今の時代だからこそ、その数値をしっかりと見極める必要があります。前向きに考え、あらゆる面から節約、あらゆる面から生産性を追及する改善志向で効率を追求します。数値をしっかりと捉えていれば改善し

にしかない商品、サービスを提供する事が重要ではないでしょうか。最終的には技術面以上に消費者サービス・地域コミュニティーなどの人的かかわりあいサービスの確立が生き残るための1番大きな要因ではないでしょうか。

（望月）

たときの効果を楽しむことができます。グラフは、某店舗での日配部門での売場の売上と粗利益高の構成比をグラフ化したものです。売上を稼ぐ売場、利益を確保する売場、これに基づき売場の特性が把握できます。担当者としては、なんとなく自覚していてもグラフで見ることで再確認が出来ます。この場合構成比が低い売り場は、対策が必要になります。この売場漬物3の売場、乳飲料、プリン、ゼリー売場の見直しが必要です。棚割りの検討やゾーンでの組み換え配置換えも考慮しなければならないこともあります。データによっては、グラフにしにくいデータもあります。今回のグラフは構成比にしたので良くわかります。



### 企画で盛り上げ

梅でできた商品は、昔から人気がある。「梅味」は思い出しただけでも唾がでて「健康イメージ」が一番です。春先から梅が旬になるまで“梅”をつかった商品が売れていきます。“梅

干しフェア”は定番企画になります。そのような中でちまたで話題の商品（CM中）がノーベ



ルの“男梅”（キャンディ）です。ネーミングが気に気に入って買い求めていく人（女性）も多く、人気が高まっています。2月～3月、冬場の飴・キャンディは、よく売れるのでエンド大陳もokです。花粉症対策やかぜ・せきの喉の痛み、「乾いた喉にこの一品」、エンド企画にすれば必ず売れます。そのときPOPには、自分で試食した感想を書く「なぜこの商品を推奨す

るのか」、薦めるのか理由を書くことです。キャッチコピーは、「これぞ梅味、頂点の味」、「最初から最後まで一貫したしょっぱさがあり、旨みもあります。一度ご賞味下さい。」でいかがでしょうか。あるいは、まるやか干し梅や干し梅を使った商品を集めた「ume」企画もいいかもしれません。企画で売場を盛り上げてください。（杉田）

## 講習会案内、通信教育・eラーニング案内

### 4月の講習会

講習会名 : **第20回先進店舗視察セミナー**  
場 所 : 長野県 北信エリア  
開催期間 : 平成21年4月14日（火）～15日（水）2日間  
申込締切日 : **平成21年4月3日（金）**

牙城 A・コープ松代の商圈に地元優良企業（ツルヤ）の先進店舗が出店、この戦いを視察します。

必見、Aコープと地元優良企業との戦い

講習会名 : 階層別講習会 **第1回上級幹部養成講習会**  
場 所 : 神奈川県 全農 営農・技術センター  
開催期間 : 平成21年4月21日（火）～22日（水）2日間  
申込締切日 : **平成21年4月10日（金）**

階層別教育プログラムのトップを切って、上級幹部講習会を開催します。eラーニングにより事前の学習も準備しました。

階層別講習会は上級管理者からスタートします。

平成21年度 通信教育・eラーニングのスタートは、5月です。

### 平成21年度 前期 通信教育・eラーニング（概要案内）

コース名 : Aコープ通信教育 初級・中級 コース  
期 間 : 5月1日～7月31日（在籍期間4ヶ月）、初級・中級共に3ヶ月  
受講料金 : 18,900円（税込み価格）  
申込締切日 : **4月17日（金）**

講座名 : Aコープeラーニング中級講座  
期 間 : 5月1日～7月31日（在籍期間4ヶ月）、（初級eラーニングは10月から）  
受講料金 : 16,400円（税込み価格）  
申込締切日 : **4月17日（金）**

\*正式な要領は、今週末に発信します。