

回									
覧									

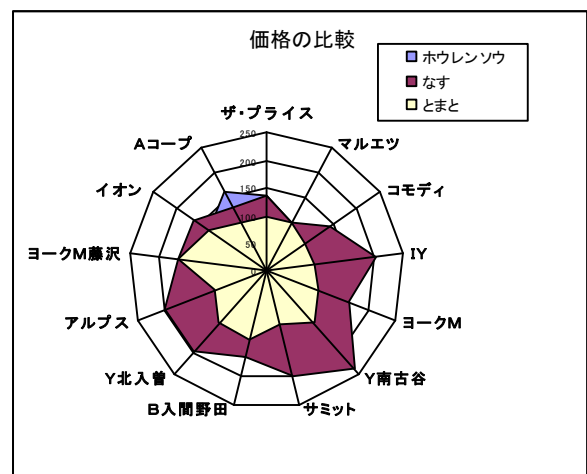
平成21年6月1日《第172号》

<p><明日を創造する></p> <h1 style="color: green;">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生活部 〒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1回農産部門強化クリニック報告

平成21年5月26日（火）～27日（水）の2日間、埼玉県川口駅周辺（マルエツ、ザ・プライス、コモディ・イイダ、IYアリオ、ヨークマートフードセントラル）からスタートしAコープ入間のある埼玉入間・狭山地区（ベルク、ヤオコー、アルプス、ヨークマート、イオン）を結ぶ路線の優良店舗（ヤオコー南古谷、サミット）を視察する第1回農産部門強化クリニックを実施しました。目的は多くの良い売場を見て参考になる販売手法を学び取る事です。立地、客層の違いにより同じ企業でも店舗の売場対応に大きな違いが出ます。それは、価格比較でもよくわかります（価格調査グラフ一例参照）。同じ野菜なのに産地、品質、売り方により価格設定が変わります。SMは、便利さ、きれいさ、鮮度・品揃えの優位さ盾にDSに（業態が違うからということ）価格差を歴然とさせておくわけには行きません。SMだって重点商品で価格対抗はできるし、自社のMD力を活かし得意とするカテゴリーのアイテム強化やコーナー展開で品揃えの深さを強調することができますはずです。最初に視察したマルエツでは、キッチンコーナーを筆頭に随所に見える化のコーナー展開を仕掛け、お客さまに対し、買物・商品提案はもちろん買物の楽しさも提供していました。そのマルエツをスタートにAコープ入間店を含み13店舗を視察、それぞれの店舗が企業の戦略に従い独自のMDを展開していました。大胆なばら売りは、いまや安さと値ごろを演出する上では、欠かせない販促手法です。特にザ・プライス（IYのDS業態）やイ

オンの均一セールにおける広さを活かした大胆なばら売り展開は、お客さまへのアピールは抜群です。一つの平台の中心にコアの演出物



（人形、箱物を行き）を置き、ビジュアルな演出と平台の4面から取れる広さを活かしたIYの平台活用も目に付きました。棚割りにおいては、ヨークマート



（フードセントラル）の冷ケース定番売場での4尺全面ネギの縦割り（長ねぎ1本、2本、3本、1束、千寿ねぎ、わけぎ）、や菌茸類の縦割りに目が引かれました。ヤオコ



一の南古谷店では、入口入ってすぐの柱まわりは正面全面トマトを陳列し演出がしてあり、水熟トマトの浮き沈み「美味しいトマトは沈みま

す」の水槽実験の演出が目を引き、お客さまの目線を奪います。トマトの売り込みの意気込みを演出からも感じました。今回の視察先でも使い勝手の良い平台や什器が目立ちます。定番ケースには、ステップボードをつかい、壁面冷ケースでも簡単にボリュームが出せます。こうした什器の活用は、Aコープでも是非活用してほしいものです。いまどきは、何処のスーパーでもつかっている什器なので見栄えとして自店の特徴が出せなくなっていることは事実ですが演出の仕方、商品の選択、プレゼン企画の仕方、いかようにも使いこなせば差別化は十分に出来ます。それに、計画さえすれば誰にでも

(パートさんでも) 効率よく陳列作業ができるというのが一番の効果です。

目を引いた入間店の農産売場 26日(火)の視察時は通常の平台展開、それが27日(水)にはAコープ入間店の水曜企画99円均一セールと水曜市が開催され、農産部門では98円均一(52アイテム)セールが地域でも人気の企画になっています。農産部門の通常の売上は70~80万ですが、この企画を実施すると一気に120~130万の売上高になり、宮岡チーフ自慢の企画で、今回の講習会の参加者にも大いに参考になったはずです。アイテムが多いこと。平台の高さは、低くおさえ(コンテナや

講習会案内

発泡、ケースを活用、幅90cm長さ15mの平台にして展開)。このように売場がガラッと変わるとは、毎日来店される固定客にも改めて購買意欲をそそり、販促効果が十分に得られます。**均一活用は、多アイテムでの実施(50アイテム以上)**と、売場を一新する大胆な展開により地域の人気企画にできます。 **玉ねぎ、じゃがいもの拡販** じゃがいも、玉ねぎは利益商品なので値入を落した販促に対しては、担当者は一考してしまいます。しかし、藤井講師いわく「野菜で一番良く使い使うのは玉ねぎです」。この玉ねぎをもっと拡販することでお客さまの支持を得ることができる。仕入れの時に品質も十分に吟味し、商品を拡販することで原価の交渉ももっとできるはず。今後売上、利益を伸ばす一つの策としてAコープでも玉ねぎ、じゃがいもの販促強化をすることを提案していました。今回の農産のクリニックでは店舗を多く見ることで目を肥やし、良いものを取り入れる機会を作りました。2日間の行程であたたく店舗視察を実施したが確実に脳裏に残る売場があったはずです。よい売場をみて自店の売場の改善につなげることは農産部門の担当者にとっては欠かせない学習方法です。(杉田)



7月の講習会

- 講習会名 : 第1回中堅職員養成講習会
 場所 : 神奈川県 全農営農・技術センター
 開催期間 : 平成21年7月7日(火)~8日(金) 2日間
 申込締切日 : 平成21年6月30日(火)
- 講習会名 : 第35・36回店舗職員資格認証(中級)講習会
 場所 : 神奈川県 全農営農技術センター、滋賀県 アグリティ滋賀
 開催期間 : 平成21年7月14日(火)~15日(水) 2日間
 申込締切日 : 平成21年6月30日(火)
- 講習会名 : 第37回店舗職員資格認証(中級)講習会
 場所 : 福岡県 JA福岡教育センター
 開催期間 : 平成21年7月22日(火)~23日(水) 2日間
 申込締切日 : 平成21年7月8日(水)

問題解決に役立つコミュニケーション能力の学習です。

