

回									
覧									

平成21年12月1日《第183号》

<p><明日を創造する></p> 	<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>
--	--

数値の変化

勤労者世帯の実収入も45万9704円、実質で1.8%減、名目では4.6%の減少、可処分所得は、38万7048円で1.9%の減、5ヶ月連続の減少になった。これを反映するように、日本スーパーマーケット協会の売上げ報告によれば、全体で10月は前年比96.3%（前月比95.2%）の数値（Aコープの数字もほぼこれに比例）になった。これまで食料品は、それほど減がなかったのに、96.4%（97.0%）となり、大きな変化は、**農産部門が92.5%（98.5%）**になったことです（Aコープはさらにこれ以上に悪化）。相場がさがったこと、さらに価格訴求による単価の減で、これまでにない数値が報告されている。水産95.7%（95.5%）、畜産95.9%（94.2%）、惣菜95.4%（96.0%）は、先月とそれほど変わらず低迷。日配品が97.8%（96.6%）加工品は、98.2%（98.6%）を維持している。生活関連97.8%（99.6%）、衣料品90.2%（92.2%）、その他97.4%（98.2%）の状況報告でした。景気の低迷から、雇用の不安、先月政府

バイヤー専門講習会

平成21年11月25日（水）～26日（木）全農営農・技術センターで今バイヤーに求められる役割について講習会を開催しました。今回のテーマは、**厳しい競争を勝ち抜くために、なにが必要か**ということです。それは、**お客さまの支持を得る核商品を持つ**ことです。そして、核商品になりえる商品は、自店にもあるし、

が発表した「デフレ状況」であり、業績の悪化が消費の悪化になる「デフレスパイラル」を招く状態にもなりかねない。そのような状況で売上の内容も常に変化している。かつてない経験を強いられることになり、過去の経験による対策ではダメだということです。しかし、小売の現場は、物を売り続けなければならない、間違ってもインフレ対応（売上重視、イケイケドンドン）でないことは自覚しなければならない。トップの判断、指示が重要なカギを握ることになり、現場では、刻々と変わる数値の変化をそれぞれの部署で「見える化」、数値の変化を報告ができるようにしておかなければなりません（時系列にしておく）。本部、現場、それぞれの立場でやるべきことを認識しておくことが大事です。変化を予測する人（戦略）、予測にしたがって計画を立てる人（戦術）、予測計画に従って行動する人（戦闘）、経過を検証する人、改善対策を考える人、本部と店、販売と仕入れ、全員の知恵を出し、実践、一丸となって現状を乗り切ることです。（杉田）

他店にもある。大半はよそにある。メーカー、卸、販売が一体となって見つけだす。そのきっかけは**商品比較**からはじめる。**商品の開発、改善を加え核商品が出来上がる**。あとはそれを**売り込む**ことになる。その時に、**100個販売で培った売り方が役立つ**。これが競争に打ち勝つため、お客さまに支持されるストーリーです。第一段階は、1日100個以上売れ

る商品を各店舗21個以上最終50個以上もつことで、比較する対象の6割の商品に○がつくことです。その為に競合店の商品構成を調べ、商品を比較（五感で）し、100個以上売れる商品を見つけ出すことです。競合店の商品を買って味を検査、1. **おいしさ** (味)を確認、2. **品質**、3. **鮮度**をチェック、4. **見栄え**は重要、5. **見た目**が良く、6. **価格は値頃**という商品です。競争の時代には、商品力を強化することです。そして、商品比較から商品販売力を強化するためには、1. **協働** (生産、メーカー、流通、販売の一体化)による販売力の強化 2. **実行力と効果**の確認 (情報の公開、試販の継続、最終判断は消費者) 3. **現場サイドの工夫と実行力** (暮らしの体験に基づく現場からの発信、確かめられた商品の販売、商品への自信がベスト、自信がなければ不徹底になる)。*講師が講習内で語られた参考になる**教訓紹介**。「景気から価格の訴求する覚悟をしてかかる消費への挑戦」、「自分の扱っている商品を知らないで勝てるのか」、「空中戦だけでは勝てない」、「おいしくない商品、使い勝手が悪

い商品がまだまだいっぱいある」、「3割しか勝てないと店の業績はだんだん悪くなる」、「世のなか値下げの時に下げないと何となくお客さまが来なくなる」、「低脂肪、無脂が売れる」、「価格ラインの設定の仕方です売れ量が最高になる」、「業績が悪い時こそ棚割の見直し」、「売れるべく標準化が求められる」、「改善点は違いを見つけること」、「発表と対策」、「その場での改善」、「小売業は、できることからやる。それでよいのです」、「産地の切り替え」、「ジャッジ役をだれがやるのか」、「6割の物がよしとならないと競争には、勝てない」、「お客さまは、必ず商品比較をして購入している」、「お客さまは、あまり大差がなければ近い、安い、の判断 (単純な比較) で選定している」、「目的買いの商品を作らなければいけない」、「売り癖をつけないと売上は作れない」、「自分が計画、自分で販売、その結果がわかるのは、小売業だけ」 「100個販売の予算化」、「ゴンドラ別の売場目積は売上げに合わせる」・・・以上。(経営コンサルタント 折戸講師によるバイヤー講習会より)

I Y還元セール

アメリカ産豚ロース (ステーキ・とんかつ用、ブロック100g) 85円、イスラエル産スウィーティー (1コ) 88円、チリ産原料使用塩銀鮭切身 (1切) 88円、ペリエ (750ml) 1

98円、デルモンテ 完熟カットトマト (400g) 88円、サントルチアスパゲティ 1.6mm (800g) 198円、アップルタイザー (750ml) 250円他20品目

講習会案内

1月の講習会

講習会名 : **第3回 水産部門 (検定対策) 講習会**
 場 所 : 神奈川県 横浜中央卸売市場内研修センター
 開催期間 : 平成22年1月13日 (水) ~1月14日 (木) 2日間
 申込締切日 : **平成21年12月25日 (金)**
 講習会名 : **第121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22年1月19日 (火) ~1月22日 (金) 4日間
 申込締切日 : **平成22年1月8日 (金)**
 講習会名 : **第1回 店舗開発実務担当者養成講習会**
 場 所 : 東京都 「農協流通研究所会議室」
 開催期間 : 平成22年1月26日 (火) ~1月27日 (水) 2日間
 申込締切日 : **平成22年1月12日 (火)**