

回									
覧									

平成22年1月1日《第185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>
--	--

謹賀新年

新年明けましておめでとうございます。
日ごろ、農協流通研究所店舗生活部の事業に対しては、何かとご支援をいただきまして厚く御礼申し上げます。さて、昨年1年間は、景気の後退による消費の不振と卸物価の低迷にみまわれ、小売業界にとって、特に後半は、かつてない前年比売上減に陥ってしまいました。その焦りのためか、店頭では、年末セールで福袋を並べるなど、新年のバーゲンセールを前倒しするという異様な光景があちこちで見られました。

それでも今年の正月は、期間も例年より短い
ためか、旅行などの遠出を控え、近場の店舗
に買い物をする人も多く、各小売業の初売り
はまざまざだったようです。我が家の近く越
谷イオンレイクタウンはごった返していま
した。(正月1日の来店者1万3千人、前年
比30%増とか)

Aコープ各店のおいても、不振既存店の増加
と新規出店の難しさにより、厳しい経営を強
いられていますが、あと3ヶ月、年度末決算
に向けてのラストスパートに頑張っていた
だきたいと願っております。

「競争に打ち勝つ企業経営」＝「優れた人材
を育てること」という普遍の事実が、最近
は特に強く意識されていますが、22年度の
教育研修も協同機構と一体となり、着実に
一歩一歩進め、成果をあげてまいりたいと
思っています。農協流通研究所は、新年早
々事務所の大改装を行い、全国から集ま
っていただく

方々の利便性を図るために、都心である日本橋の事務所内に、講習会のための教室を自前で持つことにしました。(1月26日、27日の店舗開発担当者講習会から使用します)これによって、フットワークも軽くなり、年間計画にないセミナーも、都度タイムリーに企画、実施していきたく考えています。

今年は、従来になく厳しい年になりそうですが、引き続きよろしくご厚意申し上げます。
(間宮)

2009年年末

全国的には、荒れた正月になりましたが、関東は穏やかな正月でした。2009年の年末商戦は、これまでにない深刻な状況であったように思えます。予想はしていたものの、それ以上に消費者が、シビアに行動したことです。昨今は、データが揃うので、予測客数に対する発注は計画通りにできます。したがって際物も大きなロスは少なくなっているはずですが、2009年の年末は、**高価なものに対する消費**がおさえられ売上げの減になりました。納得したものでなければ買わないという

“**わたくし消費**”(自分が納得したものの、最適な状態のものを買う)の対応の厳しさは、節約志向とあわせ何らかの消費への否定が働いた感じがします。**売り方によっては買っただけの誘導への不足**(価格の設定方法、推奨販売)、**必要なものであるのにその対応への注意力の不足**(定番での品切れ、豆類、昆布、椎茸、鶏肉など)、**昨年売れなかったが今年は**

売れたもの（かになど）へのデータだけの対応、従来なら売れるべくして売れるものが売れなかった牛肉（でも一食の定番のすきやきのたれは品切れ）、現実の厳しさと対応の甘さを知らされた2009年の年末でした。それでも**売り切れ**（品切れ）を起こした商品もあったし、売り込み、販売方法によって**確実に売れた商品**もあったわけです（かき揚げ類）。

今年の展望 店舗の運営が、おおきな岐路にきています。民間ならずすでに閉鎖しなければならない店舗も簡単に閉鎖できないのがAコープです。だからこそ、従業員一人ひとりが本気になり人一倍働き、組合員・利用者（お客さま）の期待にこたえていかなければなりません。私たちは何のために一生懸命頑張らなければいけないかというポリシー（生きがえ、ささえ）を持って頑張らなくてはなりません。企業コンセプトが重要になります。

“組合員・利用者の毎日の食事の材料を取り揃え、楽しく買い物出来る場”を提供する。Aコープとして出来る事、農畜産物の提供しかり、気持ちの良い買場で、楽しく、買い物していただくお店を提供することです。店が綺麗であること、安全で安心な商品が提供されていること。親切で明るい従業員であること、全員が目標に向って、知恵を出し、創意と工夫で改善の行動を起こすことです。**全員参加型の“運営”から全員参加型の“経営”**に変えることが**SMの進化**だと某SMのトップも訴えています。「個店経営」はAコープの得意とするので、これを仕組みにすれば良いのです。例えばお店をきれいにしておくための、仕組み。これまでやってきた事をさらに強固にし、完璧をめざします。もう一

新たな試みと恒例企画

2009年の年末商戦の新たな試みとして、**年明けうどん**の展開が目を引きました。関東でも大手SMで実施されました。年越しそばとあわせ年末年始の新メニューとして、香川の讃岐麵協会からの提案です。うどんは、太くて長いこと

度現状を把握し、もう一歩進めなければなりません。棚の上、什器の裏側、隅々まで綺麗にする事、綺麗さを維持するための仕組みづくりです。そのためには、作業時間の配分の変更が必要になり、不要な作業の削減、作業時間の短縮をし、課題・目標達成のための作業の人員を確保しなければなりません。作業改善が必要になります。**売れるための行動**

どうしたら売れるか常に考えます。売る物の選択、陳列場所、陳列量、陳列時期、価格、売り方を考えます。色使い、ムード作り、五感への訴求を發揮した演出が大事です。そのための最適化を計画、実践、検証、反省を繰り返し、改善をしていくのです。そこに、組織力を加えた仕入れから販売の仕組みづくりを強化します。**100個販売のステップ**がその事例です。人材教育 目標、課題をたて、これらを実務として目標達成していかなければなりません。成しえるためには教育が必要です。教育とは知らない事を教える事です。そして、訓練です。訓練とは知っている事を出来るようにする事です。これが、人材育成の仕組みです。

個人の力をあわせた組織力の發揮、組織として進むべき道が示されみんなの力を結集させる。”人“の力が一つになれば大きな力になります。お客さまは、“人”です。働く従業員も”人“です。Aコープは、“人“の食生活を応援し、食を通し”人“に楽しさと喜びを伝えます。それがAコープの存在意義です。農流研もその”人“のために頑張るAコープを人材育成と組織力を生かすための支援をしていきます。（杉田）

から、古来より長寿を祈る縁起物として食べられてきました。

「年明けうどん」は、純白で清楚なうどんを年の初めに食べること



により、その年の人々の幸せを願うというものです。「年明けうどん」とは、元旦から1月15日までに食べるうどんのことで、メニューとしてうどんに紅いトッピングなどを添えて食べるもので、まだまだ、食の提案としてこれからアイデアも出てきそうです。

恒例 I Y の千本引き 1月1日からの営業も業界によりすみわけができてきました。家電量販、紳士服は、2日からの営業、その中で恒例の企画で人気なのが、I Y の千本引き企画です。空クジ無し（5000円で50000円の商品券で特賞は液晶テレビ、1等サ

定番見直し 売れ筋は、**基本商品**ですが売れる商品が日々変わっていきます。その変化対応のためにも、**フェイス配分**に細心の注意を払います。ベーシックな商品は、値ごろ価格での提供も進めるので品切れがないようにするため、作業効率の改善のためにもフェイスを充分にとります。そのために商品の絞込みを行い、売れる商品の導入もお客さまに分かりやすくするためです。2割の売れ筋、6割の基本商品、2割の入れ替えかえを絶えず行っていきます。商品動向は絶えずPOSデータで検証していきます。

一般食品では、つゆ、調味料を中心に棚割りを見直すことで活性化を行っていかれると思います。年末の動きの中でも目立ったのは、調味料と乾物の動きです。これらの商品の動

講習会案内

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)

2月講習会

講習会名 : **第1回 グロッサリー部門強化クリニック講習会**
場 所 : 東京都 「農協流通研究所会議室」
開催期間 : 平成22年2月9日(火)～2月10日(水) 2日間
申込締切日 : 平成22年1月26日(火)

イクロンクリーナー、2等温泉招待、3・4等商品券など)で500～2000名に各店企画で実施の



人気企画です。その他、詰め放題企角も実施。小袋スナック詰め放題(498円)、カップ麺、ピーナツ、缶コーヒーなどなど、詰め放題企画が当たっていました。企画の恒例化と人気企画としての定着させる努力と改善が必要になります。(杉田)

きを利用した提案を積極的に行っていけば良いと思います。基本になる商品は変わらないので、あらたな提案は、これらの単品の商品をどのように組み合わせをして、消費者の生活の変化に対応をしていくかが課題です。そのなかで**新たな商品の分類**が出てきます。その組み合わせの結果で商品分類を見直し、売場の変更、売り方の変更をしていく事で売場も変化対応をしていけると思います。これまでも行われてきた事ですが、厳しい状況だからこそ作業改善の提案と商品の組み合わせ提案、**消費者の生活スタイル**に合わせた変化の対応を課題とし、店舗の経営を改善し、業績の維持をしてかなければいけないと思います。合わせて、売場の生産性の追及になります。(杉田)