

回									
覧									

平成22年2月15日《第187号》

<p>&lt;明日を創造する&gt;</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>
---	--

## 大陳でショッパーの目を引く

「コンシューマー（消費者）」と実際に店頭を訪れる「ショッパー（購買者）」の心理が、違ってきていることを実感しなければいけません。お客さまは、事前にこれを買うと決めて来店される割合は、平均すると約3割で、店内で買うものを決める（店内購買決定率）は約7割にもなります。売価だけのPOPや置いてあるだけの陳列では販促効果は薄れてしまい、購買者に対し心理的なアプローチをしたり、購買者の気持ちがわからないと店内での販売もままならないということが指摘されています。これまでは、消費者＝ショッパーの考えでよかったのが今は、お客さまは、店内と家とでは別の力が働いて全く異なることを考えてしまうということです。したがって、店内での販促の仕方によっては、お客さまに買っていきただけの確率は大きく変わることになります。エンドや平台、定番売場での販促、お客さまの心理をついた売り方が効果を発揮します。それは、実際にお客さまの買い物動向を調べることが必要になります。売場で立ち止まり、商品をとったのに結局購入されなかったお客さまに「失礼いたします。どうして、先ほど手に取られた商品をお買い上げくださらなかったのですか。よろしかったら、理由をお聞かせくださいませか」という問いかけをしたり、アンケートを取ったり、お客さまにアプローチできないと答えは出てきません。単なる価格の書かれたPOPはもとより、単なる料理提案、

機能説明では、もはや何の効果も得られないということです。「この商品は、このような点がすごい、だから買ってください」というメッセージは最低でも必要です。そこで、販



促の基本である大陳という方法は、大きな販促手段が期待できます。業界誌でメーカー主催の大陳コンテストでAコープの入賞の広告を目にする事も多くなりました。掲載の写真もその一例ですが、この効果は非常に大きなものがあると思います。実践するには、計画が欠かせません。準備、陳列の負担も多く、売れ残った時のことを考えると一考してしまいます。でも今だからこそ、この手をかけた販促は、お客さまの心理をつかむはずで事実、「エンド展開より2倍も3倍も動きはよくなり、お客さまへの訴求効果は抜群だということです。（担当者より）」。手作りPOP、お客さま目線での陳列技術が加わり、なにより売り手の思いが込められるからです。

## 定番売場の活性化

今こそ、「定番売場に手をかけなければ、いけません」。定番売場活性化のためにすることは、次の事項です。

①データの“見える化” POSデータを有効活用・売場の数値の見える化！ これにより対策がすぐ頭に浮かんできます。

②無駄な品揃え（アイテム）の徹底排除 選びやすく、買いやすい品揃えにするために類似商品の絞り込みをすることです。

③売場の生産性追求 定番商品の改廃をスピードアップし、売れなくて儲からない商品は即、カット、入れ替えの実行が大切です。

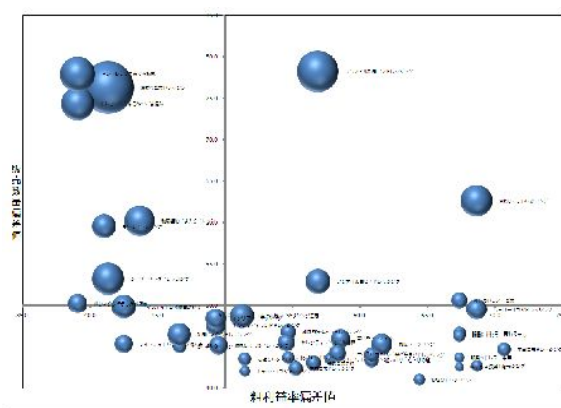
④商品の回転率アップと無駄な作業の根絶 鮮度の高い商品の提供が必要で、バック在庫は、徹底削減！重点商品のフェイス取りを十分に行うことです。

⑤お客さまに販売意思の伝達 商品の位置づけを明確化、意思を持った品揃えを実施することです。

⑥当店の一押し商品の開発 店舗の最重点商品の明確化！NBトップブランドにはこだわらないことです。

⑦楽しさのある定番売場 カテゴリー内の品揃えの深堀りをし、びっくり価格、演出・変化陳列、情報提供…etc。お客様も楽しい、従業員もわくわく、ドキドキ、楽しい定番売場をお客さまに提供することです。

POSデータを活かしたデータとして活用するには、実際の売場と連動させたデータ管理を行う必要があります。 Gondola 3尺1本ずつ、数値が明確になるようにし、Gondolaごとに品揃え、棚割、フェイスング、マージンミックスを検討し、より良い売場とするための仮説を立て、実行し、検証する。これを繰り返すことで、定番売場全体の活性化を図ります。Gondolaごとの数値を“見える化”することによって、課題、問題点が明確になり、改善策を検討し、実



行することが容易になり、改善策を実施した結果がどうであったか、すぐにわかるようになります。結果が見えると、定番売場への関心が高まり、色々なアイデアがでてきます。これが定番活性化策です。（品田）

### ■ POSデータの有効活用

#### 3月の講習会

講習会名 : 第1回 チェッカーリーダー養成講習会

場 所 : 東京都 農協流通研究所会議室

開催期間 : 平成22年3月9日(火)～3月10日(水) 2日間

申込締切日 : 平成22年2月25日(金)

\*接客向上をするために、知識を勉強し、やるべきことは理解しても、それをどう教え、どう効果的に発揮できるかがわかりません。今回の講習会では、その効果的な教え方をRPで勉強、あわせて基本動作の確認、自分の接客レベルの評価をしていただきます。クレームの対応方法も学び相手に“YES”と言わせる応対話法を身につけていただきます。最後に行動計画を作っていただきます。これから、リーダーになろうとしているチェッカーさん、実際リーダーでも構いません。この機会に講習会に参加(させ)し、効果的な指導、応対話法を身につけてください。