**大阪パルコープＭＲ報告**

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　2020年11月12日（木）

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　株式会社　コ・ジャスナ

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　畜産担当　　中本　宣行

花房常務様　パルコープ店舗ＭＲにつきましての纏めの御報告をさせて頂きます。

**Ⅰ、ライフ店舗の感想**

* 1. 牛肉は北海道産の展開が多い。十勝産Ｆ-1、ホルス、ＡＵ産の展開。

ラインは、小パック400円～600円ステーキ関係は1000円～2000円、うす切600円～1000円と非常に買い易いライン構成と、トレーがマッチしている。又、特殊トレーも上手に使用し、差異化が分り易い。

* 1. 豚肉はＵＳ産ロース薄切り～100ｇ～128円、切り身100ｇ～100円等、マージンＭＩＸをしっかり行いＧＰ貢献を行っている。ラインも牛肉同様に100円、200円、300円～1000円迄の品揃えを行い、Ｓ、Ｍ、Ｌ、2Ｌも出来上がっている売り場構成で、選択肢が広がっている。

　3、鶏肉も同様にての展開。

　4加工品もメーカー品展開が充実している。

　5、全体的には、売り場変化、ＰＯＰ、ストリーマ等の販促資材の活用も出来ており、完成度は非

常に高いので、真似を出来る所は真似て、各店舗の競争対策に役立つと思う。

　　すっきりとした売り場の中でも、売り込み品が明確で、利益も重視されている事が良く分かった。

　6、9：00開店で、9：30に入店したが、他部門も含め、フルシェルフ状態で、朝一作業もしっかり

　　出来上がっている事が良く分かった。

**Ⅱ、パルコープの感想**

【粉浜店】

1. **商品構成グラフは作成した物を参考に、自店で作成を行い、自店のプライス構成を週末、平日の2回行いグラフ検証してみて下さい。**
2. 商品売り場コメント（全体的なコメント）
   1. 畜産と水産の供給構成比が接近しているが、店舗レイアウト、**部門割り付けが畜産にとって不利な状況。**
   2. 特に牛肉は平展開のみで、ＳＫＵの拡大を行うなら水産多段ケースと、和日配の多段を畜産売り場とした方が良いのでは。
   3. 水産多段が畜産売り場に成れば牛肉の展開強化が可能。牛肉構成比が26～27％と結構高いが、和日配の売り場が畜産加工品に成れば、加工品カテゴリーの縦割りラインがスッキリし、もっと供給が伸長すると考えます。
   4. 兎に角、売り場レイアウトによって相当供給構成比が変化すると考えます。
   5. 現在でも、畜産の人時供給は高く、畜産は、供給、ＧＰ共、企業貢献が出来ている筈だが、この売り場レイアウトでは、畜産担当者の力量以外の問題です。
   6. 畜産はローコスト運営を求められるが、店舗運営を相対的に考えた場合畜産への人的投入資源を大きくした方が良いと感じました。**担当者は可哀そうな位頑張っていると思います。**

3、牛肉　（平6尺×2本）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 300円 | 400～  500円 | 600円 | 700円 | 800円 | 900円 | 1000円 | 1100円～  1400円 |
| 和牛ミスジうす切 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  ７８０円も必要です。 | **8** |
| 和牛ミスジ切り落とし | 0 | **8**  焼肉で攻めると良いでしょう。 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 和牛ミスジステーキ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **3** |
| 和牛ミスジ焼肉 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **3**  ７８０ラインも展開しましょう | 0 |
| **Ｆ-1**ロース  うす切 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **6** |
| **Ｆ-1**切り落とし | 200円  **3** | 300円  **5** | 400円～  **5** | 600円  **2** | 700円  　　0 | 800円  　　0 | 900円  　　0  ７８０円ラインも展開しましょう。又、もも・肩・バラを活用した方が良い。 | 1000円  　　0 |
| **Ｆ-1**ヒレステーキ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **6** |
| **Ｆ-1**ロース  ステーキ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **4** |
| **Ｆ-1**バラ焼肉 | 0 | 0 | 0 | 0 | **1** | 0 | **5** | 0 |
| **ＵＳ**バラ  切り落とし | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

* 1. 品揃え型の売り場展開で、平ケースしか無いので売り込み品が明確に成らない。担当者の問題では無い。平ケースには、アンコ什器を差し込み2段にし、ＳＫＵを増やした方が良いのでは。

ＳＫＵ拡大はパーツ単品の販促を行い、中心アイテム、ラインを決定し展開を行った方が良いでしょう。

* 1. 和牛、Ｆ-1共通して、肩ロース、ももうす切と、焼肉、しゃぶしゃぶ用の展開を強化しましょう。
  2. **ミスジも切り落としが有りますが、焼肉の展開を**行った方が良いのでは。切り落としは、もも・肩・バラ等を活用しましょう。**380円・580円・780円の3ライン**での展開を。ミスジ切り落としの構成グラフを見ると、300円、400円の展開は、同ラインで値頃感が出ません。
  3. 又、切り落としは、ホルス、輸入の展開を行った方が売り込み易いのでは。
  4. 同時に、ミスジうす切は、🌸盛り等盛り付けに変化を与え見せ筋も展開しましょう。
  5. 焼肉は一口で食せるサイズでカットする。又、ラインも2ライン揃えましょう。
  6. 特殊トレーは活用されていますが、未だ展開の余地が有ります。和牛関係は黒の特殊トレー、蓋付、ウッドケース等も使用すると見栄えが引き出せます。
  7. 前回の臨店同様に商品盛り付けが似ているので、ラベルを良く見ないと判別出来ないのでトレー使いと同時に対応すると良いでしょう。
  8. 和牛格付けはＡ-4と成っているが、Ａ-5にしか見えないので、仕入れと販売の際御注意を。

ＧＰの流失に成ります。

* 1. 売り場面積の関係では、他の畜種含めて現状の中では、平ケースの内臓は多段で展開した方が良いのでは。その際には牛肉の味付け展開も銀皿含め、検討を行って下さい。
  2. 赤身筋がパルコープでは、売れ筋と前回聞いていたが、フェイシングが少ないのは何故？又、

同一商品の格差が発生しているので、バイイング商談での規格化強化が必要では。

ＢＹの棚割り等、本部指示が店舗に反映されているのかが重要です。

* 1. 兎に角売り場狭く、御苦労が分かります。

4、豚肉　（平6尺×2本）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 100円 | 200円 | 300円 | 400円 | 500円 | 600円 | 700円 | 800円～ |
| 国内産豚肩切り落とし | **10** | **0** | **12** | 0 | **12** | 0 | 0  １００円ラインの陳列量が多いのでは。  ７８０円ラインも展開しましょう | 0 |
| 国内産豚バラうす切 | 0 | **2** | **3**  ３００円ラインの陳列量が少ないのでは。５００円  ７８０ラインも展開しましょう | **2** | 0 | **6** | 0 | 0 |
| 国内産豚ロース生姜焼用 | 0 | 0  ３００円ラインの陳列量が少ないのでは。５００円  ラインも展開しましょう | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 国内産豚ロース切り身 | 0 | 0  ２枚、３枚、５枚のＳＫＵ拡大と、肩ロースの切り身も展開しましょう | 0 | **3** | 0 | **2** | 0 | 0 |
| 国内産豚バラしゃぶ | 0 | 0 | 0 | 0 | **6** | 0 | 0 | 0 |
| 国内産豚肩ロースしゃぶ | 0 | **2** | 0 | **5** | **3** | 0 | 0 | 0 |
| 国内産豚ロースしゃぶ | 0 | 2 | 0 | 3 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| カナダ産豚  バラ焼肉用 | 0 | 0 | 0 | 0 | **5** | 0 | 0 | 0 |
| カナダ産豚  バラうす切 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| カナダ産豚  ロースしゃぶ | 0 | 0 | **3** | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| カナダ産豚  ロース生姜焼用 | 0 | 0 | **3** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| カナダ産豚  ロース切り身 | 0 | 0  ２枚、３枚、５枚、８枚のＳＫＵ拡大が必要です。 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |

ここのラインが大切です。

1. 平ケース展開にて、売り込み品に苦労しています。店舗レイアウトが変更は不可能で有れば、現状はアンコ什器を活用し、ＳＫＵの拡大を行いましょう。
2. 500円ラインの山が一番高く成っていますが、300円、780円ラインも山を作りましょう。
3. 国内産豚切り落としは100ｇ98円の販促と思われますが、100円ライン～10Ｐ、300円ライン～12Ｐ、500円ライン～12Ｐと粗同数です。販促商材で有ればパック単価を上げる展開が必要です。
4. 国内産豚切り身関係の展開が弱く感じます。生姜焼用も400円ラインのみ4Ｐと成っているので、300円ラインの方が良いのでは？又、780円ラインの展開も必要では。
5. 国内産豚ロース、もものうす切が有りませんがしゃぶしゃぶ用の方が利用点数が高いのでしょうか？ちなみに、ロース、肩ロース、バラのしゃぶしゃぶ用は展開されています。
6. カナダ産豚バラが焼肉、うす切、ロースしゃぶしゃぶ、生姜焼用、切り身と展開されていますがカナダ産は品揃え型と成っており、単品パーツで展開しては。豚肉総パック数115Ｐに対して

カナダ産は24Ｐの陳列量です。全体の20％を占めていますので、今回は、国内産豚切り落としが販促に入っているので、カナダ産は切り身、しゃぶしゃぶのみに絞っての展開が必要と思います。

1. 豚以外の畜種もＳ、Ｍ、Ｌの陳列では？
2. 豚全体的に、780円ラインが弱いのでここも展開強化しましょう。
3. 各アイテムのラインは買い易さを追求していますので、自店で、アイテム別の商品構成グラフを作成して弱点を見つけて下さい。
4. 国内産豚バラ焼肉の馬蹄盛り付けは、バラを縦割り1/2カットで馬蹄盛り付けを行えば、作業は2倍に成りますが盛り付けボリュームが違い、見栄えが出ます。
5. 味付け関係も強化したいのですが、売り場の関係で厳しいのかも。
6. ブロック、一口かつ用等の展開も必要では。

　　　5、鶏肉（3尺×4段）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 100円 | 200円 | 300円 | 400円 | 500円 | 600円 | 700円 | 800円～ |
| 元気若鶏  もも唐揚用 | 0 | 0  ３００円ラインの陳列量が少ないのでは。  ５８０円ラインも展開しましょう | **1** | **13** | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 元気鶏もも  唐揚用 | 0 | 0  ３００円ラインの陳列量が少ないのでは。５８０円  ７８０ラインも展開しましょう | 0 | **3** | **5** | 0 | 0 | 0 |
| 国内産若鶏ささみ | 0 | **1** | **3** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 国内産若鶏肩肉 | **2** | **4** | **4** | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 |

ここのラインが大切です。

ここのラインが大切です。

1. 棚板は5段対応を行った方が良いのでは。
2. 赤鶏・元気鶏、国内産若鶏を夫々トレーを分けの展開を行って方が良いでしょう。
3. 元気鶏のもも唐揚用が400円、500円とラインが接近してるので、398円、580円等ラインがはっきり分かる展開が必要です。
4. スライス品が欠落しているので、むね、ももＭＩＸしてスライスitemを作っては。
5. 鍋セット、他、つみれ等、鍋商材を縦割りコーナーで展開しましょう。
6. 特殊鶏の１枚展開は、1/2カットも必要では。単価が高過ぎの為。
7. やはり、先、元、レッグ等骨付きが目立た無いので、鍋の季節なので強化が必要です。
8. 国内産若鶏むねの展開も必要では。ももは有りました。むね肉も角切りで取扱いましょう。
9. ささみがℊ\_128円の販促でしたが、東中浜では、100ｇ88円でした。この店舗間でのユニットの違いは何故？
10. やはりＰＯＰ関係が少ないので、帯ＰＯＰ等も活用しましょう。

　　　6、挽肉

　　　　①　挽目は綺麗にする努力が分かりました。更に深化させて下さい。

　　　　②　豚ももの挽肉は100ｇ98で、鶏もも挽肉が100ｇ148円でした。牛豚挽肉は100ｇ128円

　　　　　　ユニット設定は違うのでは。豚、牛豚挽肉の価格を上げても良いのではないでしょうか。

　　　　　　　もし、豚もも挽肉が販促価格で100ｇ98円なら、780円ラインも展開しては。

　　　7、加工品

　　　　①　やはり、カテゴリーの縦割りとコンシュマー・シングルパックのロースハム、ベーコンが不足しています。又、焼豚、生ハム、のアイテムが少ない状態で。ドライソーが有りません。

　　　　　　Ｘマス、年末を意識しての展開が必要です。プリフライ商材も同様です。

　　　　②　カテゴリーの縦割りが不完全なのは、インストアーのロースハム、ベーコン、焼豚、ももハムが展開されているからです。全く展開しないと云うわけでは有りませんが、メーカーパック商品の強化を行って下さい。更にインストアー加工品のロス点数が畜産全体の20％を占めているとの事でしたが、メーカー商品をカットしインストアー商品のロスを増やしているのはＧＰの流失に繋がります。

　　　　③　又、加工品のインストアーにより、生肉の開店時対応に遅れが発生していませんか？

　　　　　　生肉のチャンスロスと、加工品のＧＰロス発生にて、利益が流失しているでしょう。

　　　　④　この事は本部政策を基本的に店舗反映させる事が重要でしょう。

【東中浜店】

1、商品売り場コメント（全体的なコメント）

　　　　　　①　畜産売り場を見た瞬間コーナー仕切りを活用し非常に見易い展開と感じました。

1. コトＰＯＰも活用されパートさんの頑張りが良く出ていました。
2. 担当者も話しを良く聞いていて、問題点の指摘事項は改善スピードが早い事を期待出来ます。
3. 加工品の売り場作りに苦労し、本来加工品展開で必要な棚が挽肉で構成されている。

挽肉は多段での展開を行い、インストアーハムソーを縮小した方が良いのでは。

1. タイトルボード、ＰＯＰ、ストリーマの活用がやはり強化すべき課題では。

　　　　2、牛肉　　（セミ多段　6尺×2段×2本）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 300円 | 400～  500円 | 600円 | 700円 | 800円 | 900円 | 1000円 | 1100円～  1400円 |
| 和牛ヒレステーキ | 0 | 0  2枚入れも展開して下さい。 | **8** | 0 | 0 | 0 | 0 | **8** |
| 和牛肩ロース切り落とし | 0 | 0  ７８０円ラインも展開しましょう。 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **2** |
| 和牛ミスジ切り落とし | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **5** |
| **Ｆ-1**ロース  うす切 | 0 | 0  ９８０ラインも展開しましょう。 | 0 | 0 | 0 | 0 | **0** | 14 |
| **Ｆ-1**ミスジうす切 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  ９８０ラインも展開しましょう。 | **6** |
| **Ｆ-1ミスジ**切り落とし | 200円  　　0 | 300円  　　0  値頃を考えると８００円を切り、７８０ラインも展開しましょう。又、もも・肩・バラを活用した方が良い。 | 400円～  　　14 | 600円  0 | 700円  　　0 | 800円  **20** | 900円  　　0 | 1000円  　　0 |
| **Ｆ-1**ロースステーキ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **6** |
| **Ｆ-1**肩  ステーキ | 0 | 0 | 0 | **3** | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Ｆ-1**ランプ  ステーキ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **2** | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ホルス**切り落 | 4  ラインが接近しています。３９８円、５８０円ラインも展開しましょう。 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ＵＳ**バラ焼肉 | 4 | **6** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  ラインが接近しています。４００円、ラインは、３００円と同様なラインです。５８０円ラインも展開しましょう。 | 0 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ＵＳ**バラ切り落とし | **6**  ラインが接近しています。３９８円、５８０円、７８０円ラインも展開しましょう。 | **1** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

* 1. 商品構成グラフとしては、大きな問題は有りませんが、アイテムにより偏りが目立ちます。夫々のアイテム毎に、自店にて商品構成グラフを作成し、売り込みを行って下さい。

主力アイテムのプライスラインを間違えると供給に繋がりません。

* 1. 全体的に各アイテムのラインポジションが分かれば販促中心ラインが見えてきます。

細かく、ラインを点検して下さい。

* 1. 夫々のアイテムのラインは近過ぎ無い様に、グラフの山を2～3箇所作る様にして下さい。
  2. ヒレステーキは1枚、2枚の品揃えを。ウッドケースを活用し展開しましょう。
  3. 和牛肩ロースうす切の展開が無く、切り落としが有るのは？又、切り落としは980円、

1280円等値頃感を追及しましょう。牛切も同様です。

* 1. ミスジ切り落としは、焼肉、ステーキで攻めた方が良いのでは。切り落としで展開する場合は、780円のラインが無いと、選択肢が有りません。
  2. Ｆ-1もうす切関係、しゃぶ関係が全く有りません。うす切の展開強化が必要です。
  3. 和牛は、黒蓋付トレー、Ｆ-1木目等で区別を。
  4. 蓋つき1トレーにて展開を。輸入焼肉関係は、銀皿等の活用を考えて下さい。
  5. 牛赤身筋の展開がパルコープ全体で、商品化、品質、提供方法が統一されていません。

商品部の棚割り、フェイス表の作成が必要では。

* 1. 切り落とし、すき焼き関係の強化を行って下さい。輸入、ホルスにて780～980円の展開
  2. 牛タンは厚切、マンゴーカット等で、ＳＫＵを拡大し対応して下さい。
  3. 売り場はすっきりしており見やすいので販促品を明確にすると供給ＵＰに繋がります。

　　　　3、豚肉

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 300円 | 400円 | 500円 | 600円 | 700円 | 800円 | 900円 | 1000円～  1400円 |
| 六白バラしゃぶしゃぶ用 | **6**  ラインが接近し過ぎです。又、肩ロースも活用した方が良い。 | **4** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 六白切り落とし | 0  ラインが接近し過ぎです。５００円はいらない。 | **2** | **6** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 雪乃豚切り落とし | 0 | 0 | **3** | **3** | 0 | 0 | 0 | 0  値頃を考えると４８０円、７８０ラインも展開しましょう。ラインが接近し過ぎです。又、もも・を活用した方が良い。 |
| 雪乃豚バラうす切 | 5  ラインが接近し過ぎです。３００円、５００円で展開を。 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 雪乃豚バラ焼肉 | 4  ラインが接近し過ぎです。３００円、５００円で展開を。 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 雪乃豚肩ロースしゃぶしゃぶ | 0    ラインが接近し過ぎです。３９８円、５８０円、７８０円で展開を。 | 2 | 9 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 雪乃豚バラしゃぶしゃぶ | 2  ラインが接近し過ぎです。３９８円、５８０円、７８０円で展開を。 | 6 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 雪乃豚ロース  生姜焼き | 0  1Ｐなら生産の必要なし。 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 国産内豚切り  落とし | 8 | 0 | 0 | 3 | 7 | 0 | 0  ６００円ラインは必要なし。５００円ライン展開を。 | 0 |
| 国内産豚ロース  しゃぶしゃぶ | 4 | 0 | 1 | 4 | 1 |  | ６００円ラインは必要なし。５００円、７８０円ライン展開を。 |  |
| 国内産豚ロース  生姜焼き | **3** | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  4００円ラインは必要なし。５００円、７８０円ライン展開を。ラインが接近し過ぎ。 | 0 |
| 国内産豚バラ  うす切 | **7** | **1** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  売り込むならＳＫＵ拡大が必要で、売り込み。中心ラインを明確に | 0 |
| カナダ産豚  ロース切り身 | **6** | **5** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  売り込むならＳＫＵ拡大が必要で、売り込み。中心ラインを明確に | 0 |
| カナダ産豚  ロースしゃぶ | **3** | **1** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  売り込むならＳＫＵ拡大が必要で、売り込み。中心ラインを明確に | 0 |
| カナダ産豚  バラうす切 | 0 | **10** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

ここのラインが大切です。

* + 1. 全体的にラインが接近し過ぎています。売り込みラインは3つの山を作り販促強化を行いましょう。
    2. ライン設定により使用トレーを変更して下さい。400円も500円も同じトレーでは買う側にとっては区別出来ません。
    3. 雪乃豚の展開を行っていますが、シールが夏・冬バージョンが同じなので、冬バージョンに統一して使用して下さい。
    4. 又、ボード、アイキャッチャー等の活用が不足しています。メーカーに依頼して活用して下さい。
    5. 輸入豚がコーナー化されていますが、輸入は単品にてＳＫＵの拡大を行い、売り込んで下さい。国内産のコーナー、他、牛焼肉商材の拡大を行う等必要です。
    6. 基本輸入はレギュラー化させない方が良いでしょう。
    7. 販促する場合は、カテゴリーの拡縮が絶対条件で、品揃え型では供給ＵＰに繋がりません。
    8. スペリブ、ブロック、一口かつ用等のアイテムが欠落しています。
    9. 陳列はＳ、Ｍ、Ｌの順では？
    10. 豚バラ馬蹄形の焼肉は、バラ縦割り1/2カットにて、馬蹄形の方が盛り付けの際キレイに

みえて、量目も多く感じます。

* + 1. やはり特殊トレーの使い方（六白）、雪乃豚等差異化させると良いでしょう。
    2. しゃぶしゃぶは頑張って展開されています。ライン構成を考えて売り門で下さい。
    3. 豚ロース生姜焼用は600円台が1Ｐでした。まだフェイスＵＰを行えば、冬場の風予防等で、供給促進が出来ます。
    4. ロース切り身関係はＵＳが有りましたが国内産は、2枚パックが3Ｐのみでしたので、3枚等も展開を。
    5. 国内産豚切り落としは100円台が8Ｐ有りましたが、切り落としは総数で18Ｐでした。

切り落とし総数の44％を占めていますが、バランスが悪いと思います。

4、　鶏肉（変則割り付け3尺×4段×3本）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 300円 | 400円 | 500円 | 600円 | 700円 | 800円 | 900円 | 1000円 |
| 赤鶏もも肉 | 0 | **1** | **1** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 元気鶏もも肉 | **4** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 元気鶏むね肉 | **8** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 元気鶏ささみ | 4 | **4** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 国内産若鶏  もも肉 | **11** | 0 | 0 | **11** | **3** | **2** | **1** | **3** |
| 国内産若鶏  もも唐揚用 | 0 | **9** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  ３９８円、５８０円ラインで展開が必要です。 | 0 |
| 国内産若鶏  ささみ | **3** | **5** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  ８８円と販促されているので、５００円以上のラインも必要です。 | **0** |

ここのラインが大切です。

1. 棚板は売り場尺数が少ないので5段対応を行った方が良いのでは。
2. 赤鶏、元気鶏、国内産若鶏を夫々トレーを分けの展開を行っていますが、赤鶏、元気鶏をセットにコーナーとして括れば良いでしょう。
3. 元気鶏の角切、唐揚用も展開が必要です。
4. スライス品が欠落しているので、むね、ももＭＩＸしてスライスitemを作っては。
5. 鍋セット、他、つみれ等、鍋商材を縦割りコーナーで展開しましょう。
6. 特殊鶏の１枚展開は、1/2カットも必要では。単価が高過ぎの為。
7. やはり、先、元、レッグ等骨付きが目立た無いので、鍋の季節なので強化が必要です。
8. 国内産若鶏むねの展開も必要では。むね肉も角切りで取扱いましょう。
9. 国内産若鶏もも肉の3枚入れは1000円を超えている商品が有ります。1000円を超えない

様なパック詰めが必要です。サイズの大きい物は1枚、唐揚用等に使用し、買い易いラインを設定して下さい。

1. ささみがℊ\_88円の販促でしたが、少量に拘らず、500円を超えたラインも必要です。見せる為には980円のＧパックも面白いのでは。夕方残っていれば、売体変更を行うと良いと思います。
2. 又、ささみの販促フェイスには折角の売り込み商材なので、内臓は上段にての展開を行いましょう。

　　　5、挽肉

　　　　①　通路多段にての展開でした。挽目は綺麗に出ていました。

　　　　②　豚挽肉がｇ118円で、100円ライン1Ｐ、200円ライン5パックと陳列量が少ないのでは。

　　　　　　牛豚挽肉が100ｇ128円と豚挽とユニットで100ｇ当たり10円しか価格差が無く、合挽が25Ｐと陳列量も多く、合挽の方が利用頻度が高いのでしょうか。

③　挽肉の構成比は意外に高いので、580円、780円等の定貫も必要では。

6、**4店舗ＭＲの気つき**

**加　工　品**

1. 加工品は、インストアー商品が売れているとの事で、コンシュマーのシングルパックがＣランクに位置し、死筋カット品目が発生しています。Ｃランクカットで、カテゴリーの細かなアイテムの欠落が発生しています。死筋カットは売り場効率と在庫問題では判断は正しいのですが、品揃えとして必要なアイテム迄カットしてはカテゴリーが崩れてしまいます。
2. 又、生ハム、ドライソー、焼豚、ベーコン、プリフライ関係のアイテムが少ないの取り扱い拡大の必要が有ります。
3. ここは、メーカーさんとキャッチボールを行い、Ｃランクカットアイテムを行った後、新規導入品とのチェンジを行わないと売り場が総崩れと成ります。

②　加工品のインストアーは毎日品揃えの必要は無いと判断致します。

③　インストアー品の展開を行う事により、多段ケースがコーナー化され、生肉の品揃えが窮屈に成り生肉のコーナー括りも崩れています。結果、売り込み商品のフェイスの拡大が出来ない状態で、供給ダウン、ＧＰダウンに繋がります。

1. その為、加工品のインストアー作業にて、生肉の生産作業が遅れていませんか？
2. 実際、加工品インストアーの値引き点数が、全体の20％も発生しているのは、無駄な作業と、売り場作りと成っていませんか？同時に、ＧＰの流失と成っていませんか？
3. 従って、ＦＬコスト意識を持ってインストアーが正解なのか検証が必要ではないでしょうか。

**牛・豚・鶏　関係**

1. 牛・豚・鶏の関係では、販促資材、ＰＯＰの売り場展開が弱いと感じます。特に、拘り商品に対するインパクトが感じられません。
2. 商品化も色々と競合店舗、特にライフの商品化は真似が出来る部分が有ります。
3. 競合店は特殊トレーも活用し、コーナー括りも明確で、選び易く成っています。ここも、勉強に成ります。
4. アッパー商材の盛り付け、しゃぶしゃぶ、うす切の盛り付けも競合を参考にして取り組み、エリア一番の商品化を目指しましょう。
5. 販促時の売り場の拡縮は不可欠な事で、販促品のＳＫＵも拡大し、中心ラインをしっかりと売り込む事が大切です。作業としては、大変ですが、生鮮は、日々、売り場が違うのは当たり前で、前工程、後工程作業をしっかりと行いながら、生産性を維持しましょう。
6. **基本フェイスが各店舗バラバラです。商品部の棚割りとフェイス表が基本と成り売り場構築を進めた方が良いのでは。加工品も同様です**。
7. **Ｃランク商品のカットと同時に新規商品、アイテムの導入が必要です。**
8. 個店のバイイングが多いのではと感じています。**チェーンストアーは本部にて商品政策が起案されバイイングが行われ、店舗の水平展開を行う事が基本で**、運営がなされています。

本部起案と実践の結果数字をＰ・Ｄ・Ｃ・Ａにて更に深化させ又、店舗にフィードバックし

常に店舗との意思疎通を行いながら運営が理想ではないでしょうか。セントラルバイイングは、コストカットも出来ます。

実際には、今までの個店でのバイイングスタイルを否定する事にも繋がりますが、店舗

バイイングの全否定は行わず、店舗、本部バイイングのウエイトを変更する方が良いのでは。

店舗間格差の是正を行うには、データー基づき店舗担当者と話し込み理解をして貰う事が大切に成って来ます。成功事例の作成で担当者を褒める事が大切でしょう。

**最　後　に**

* 1. 店舗の皆さんの御奮闘には感激致しました。パートさん、アルバイトさんもやっぱり生協に努めている人達だと感じました。
  2. 売り場の問題点は何処か少し修正出来れば即良く成ると、自信を持って頂ければと思っています。競合店に働いている人も同じ人間です。
  3. 全ては商品部の田中さんの肩に掛かっています。店舗の皆さんをしっかりリードして、

パルコープの畜産を生鮮で一番の部門に成る事を願っています。店舗の皆さん、田中さん

頑張って下さい。