

アグリビジネス 経営塾



2004.7.1

異業種の動向・事例を明日のヒントに活かそう②

・・・ガラス扉をなくしたアイスケース ... もったいない、スーパーの納豆の売り方

農村報知新聞社 編集顧問 鈴木 肇

事例1

ガラス扉をなくしたアイスケース

セブン-イレブンがガラス扉をなくした新型のアイスクリュームケースを導入したら、売り上げが前年同月比3割近く伸びたという。

この新型ケースは、扉がなくとも内部の温度をマイナス20度に保てるらしい。従来型と比べ、一目で全体を見渡せるため商品を選びやすいという。これは利用者としても納得できる。

これまでは、扉越しに商品を選び、サッと開け、サッと取りだし、サッと閉める・・・家の冷蔵庫の開け閉めに似た緊張感があったが、これは客側だけの緊張感であり、売る側には、なんら支障もないはずだが、これを改善すべき事項と判断したセブン-イレブンの着眼点に敬意を表したい。

一般的にニーズとは、求めているもの、欲しいと願っているものなどと言われがちだが、それよりも、困っていること、解決したいこと、悩みのタネ、問題・課題などと考えた方がわかりやすい。

「仕事を持っている女性たちは、食生活に何を求めているか」と考えるよりは、「食生活の何に困っているか」と考えた方が、彼女たち向け商品やサービスを思いつきやすいでしょう、そういうことです。

アイスクリームの売り上げをもっと伸ばす策を考えると、普通は、アイスクリームを食べなくなるシーンを考え、それを刺激する策を打つ。

しかしセブン-イレブンは、客からみたケースの使い勝手を考えた。客からはまず要望が出て来ないであろう、客にとって好ましいケースの仕様を考えた。これもお客の「ニーズ対応」なのです。

ニーズには、客の誰もがそう願う「顕在的ニーズ」と、まだ誰も意識していない「潜在的ニーズ」、この2つがあるのですが、セブン-イレブンのアイスクリームケース仕様変更は「潜在ニーズ」これをしっかり掘り起こした好事例です。

事例2

もったいない、スーパーの納豆の売り方

スーパーの納豆は、50、45、30グラム入りといった容量の商品が大半であり、糖尿病患者が嬉しい40グラム入り商品は、滅多にありません。

今や納豆は、卵、牛乳に次ぐ安売りの目玉商品になってしまったせいか、スーパーは、価格作戦ばかりに目がいくようですが、もったいない話です。

日本の糖尿病患者は予備軍も入れると1620万人もいると言われていています。彼らにアピールするのは、特別仕様商品だけではありません。彼らの

食生活ルールを活用する方法があるのですが、これが意外に駆使されていないのです。

80キロカロリーを1単位とする計算。これが糖尿病患者の食生活の基本ルールです。

納豆はたんぱく質で計算します。40グラムが80キロカロリー。しかも多くの患者が、朝食のたんぱく質は80キロカロリーと指導されている。

それなら、朝食に納豆は最適ですとアピールしている納豆メーカー、スーパーが多そうですが、これがほとんど皆無。もったいないことです。

長崎ちゃんぽん、皿うどんで知られる外食店リンガーハットが6月限定ながら、ユニークなメニューを作りました。

半長崎チャンポン、半レタスチャーハン、餃子6個、大塚製薬の野菜ジュース「野菜の戦士」、これで1日に必要な野菜量350グラムが摂れるというセットメニュー(800~900円)です。

早速食べに行ってみたら、セットの仕組みに感心させられました。

大塚製薬の「野菜戦士」に付いてきたしおりを見ると、これ1本で1/2日分(175グラム)の野菜が摂れます、とある。1日に必要な350グラムの野菜が摂れる、これを売り物にしながら、ジャスト半分は他社製品に頼っているわけです。

客単価を上げようとセット化を考えた、セット化のコンセプトを野菜摂取量においた、自社商品だけの限界は他社商品で補う・・・ということでしょう。上手い企画ですね、感心しました。

食の安全・安心ばかりが話題になっているようですが、飲料をはじめとし「食材の健康機能性」はますますクローズアップされてきています。

あなたが作る農畜産物にも、機能性を問われる日が間もない、そう思った方がよさそうです。

参考/ホームページ

●「食品交換表」は、食事療法の虎の巻
<http://home.e06.itscom.net/life/web/tounyou/tou009-4.htm>

●リンガーハット&大塚製薬の「野菜たっぷり応援セット」
<http://www.ringerhut.co.jp/news/mst.htm>
<http://www.radionikkei.jp/lifo/news040517.html>

「先進経営体実践研修活動」 ー実施64法人等決まるー

平成16年度の先進経営体実践研修活動の実施64法人・個人が6月23日決まり、事業実施主体の全国農業会議所から各法人等あて通知されました。

これを受けて、受入法人等では、遅くとも8月末日までに、これにもとづく6ヶ月間の雇用・研修が開始されることとなっています。

農水省経営局・川村局長が異動 ー後任に須賀田局長が再任ー

農林水産省の7月2日付け人事異動で、経営局の川村局長、山田審議官、今井経営政策課長が異動になります。

川村局長は平成14年1月8日付けで経営局長に就任、2年半にわたり担い手や農地問題等の最高責任者としてご活躍されました。新しく農村振興局長に就任されます。

山田審議官(総合食料局長へ転任)、また2年3カ月にわたり多大なご指導を賜った今井課長(大臣官房企画評価課長へ転任)を含め、これまでのご指導ご鞭撻に改めて感謝申し上げます。

新経営局長には、須賀田総合食料局長が再任、また宮坂審議官、柄澤経営政策課長がそれぞれ2日付けで着任されます。

経営所得安定対策や担い手・農地制度など重要な課題が目白押しです。今後のご活躍と農業法人へのご支援をよろしくお願ひしたいと思います。

「アグリビジネス経営塾」205号
2004年7月1日発行

発行：
社団法人 日本農業法人協会
東京都港区虎ノ門1-25-5
虎ノ門34MTビル
〒105-0001
H.A.G
1981 AGRICULTURE GROUP
Tel : 03-5156-0365 Fax : 03-5156-0366
E-mail : hojin@nca.or.jp
HP : <http://www.hojin.or.jp/>