

陳列の仕方ですぐ売れ行きが変わる

活気のある直売所は、売り場に出す作物を、葉物、根菜類、果物、加工品などと、まとめて陳列している。商品に沿っていくと、連動して購入しやすいように構成されている。それも商品が売れると仕切の板を動かして寄せて詰め、売れ残りのイメージがないようになっていく。商品が売れて空いたところはバックヤードか売り場の棚の下などのストックスペースから補填している。よく売れて商品の動きが速いものは、売り場担当者が直接生産者に電話を入れ、追加補充を促すケースも少なくない。そして、旬の作物のカレンダーを掲示し紹介。全体で何が売れるかが分かるようになっていく。

また季節によりメインとなるものが異なるので、イチゴの時期はイチゴがメインというように、一番目立って華やかに、そして旬が分かるようになっていく。

たまに見かけるのが、個人別の名前のついた番重に入れておいているケース。生産者側にとっては個人のものが分かり



2018年(平成30年) 6月15日 金曜日  
月4回金曜日発行

農地を活かし 担い手を応援する  
農業委員会ネットワーク機構

発行所 全国農業会議所

〒102-0084 東京都千代田区二番町9の8  
中央労働基準協会ビル ☎03-6910-1130  
©全国農業会議所2018

ホームページ <https://www.nca.or.jp/shinpun>

お申し込みは、お近くの農業委員会へどうぞ

適切な商品補填にPOS活用も

やすいから便利だろうが、購入する側からすると、はなはだ不便。例えば、キャベツ一つ買うのに商品がバラバラで点入しているの、一つ一つ番重をのぞかないといけない。それと入ってきたときに、箱が邪魔になって全体の様子が分かりにくい。野菜の華やかさも阻害されちゃう。売れて空の番重が間にあると他は売れ残った雰囲気に見えてしまう。

人気の直売所は販売時点情報管理(POS)を使い、商品が売れるごとに生産者のスマートフォンへ時間を決めて配信している。配信時間は長期にわたってデータをみて、一番売れる時間帯に、それぞれが補填をしていく仕組みをとっている。そうすると売り上げが伸びる。例えば、9時半開店、その次が、お昼前の11時、その次が、夕ご飯前の16時に一番売れるとなると、その三つのポイントの時間に、必ず生産者が補填できれば、確実に売り上げが伸びるし効率的でもある。また生産者の顔写真が掲示されているところがあるが、売れているところは圃場の様子や農作業の写真もある。

◇次回は7月20日付