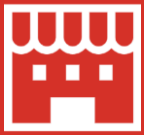


奈良県立大学生協 店舗部門による企画～大山乳業ウィーク！～



[店舗]

取り組み概要

日時：2023年5月15日～19日
(試飲会は5月16日～17日)
場所：奈良県立大学生協食堂購買
組合員の反応：期間序盤から売り上げ好調。大山牛乳ソフトクリームは2日で売完。

概要：普段は扱っていない商品の販売や、試飲会、大学生協牛乳をモチーフとした装飾などを実施。企画の人気ぶりは売り上げにも結び付き、奈良県立大学生協は、今年度春「大山フェア売り場づくりコンテスト」で最優秀賞を受賞しました。

「大山フェア売り場づくりコンテスト」最優秀賞の裏側

POINT.1 限定的に、レア商品を取り扱う

今回の企画は、大学生協店舗を対象に行われた「大山フェア売り場づくりコンテスト」の一環として行われました。

ちょうどこの頃、奈良県立大学生協では、大学生協牛乳・大学生協コーヒーの売れ行きが伸び悩み、学生委員会宛に相談が入っていました。そこで、職員と学生で話し合い、1週間限定キャンペーンとして「大山乳業ウィーク！」を行うことに決定。普段は扱っていなかった500mlのフレーバー牛乳や、大山牛乳ソフトクリームを含め、幅広い商品を仕入れることとなりました。普段登場しない珍しい商品を限定的に取り扱うことで、組合員の興味を惹くことに成功していました。



POINT.2 試飲会で広がる「美味しい！」の声



5月16日、17日には、大学生協牛乳・大学生協コーヒーの試飲会が行われ、参加した多くの組合員から「美味しい！」という声があがりました。試飲会を行う前は「大学生にとって牛乳は人気がない」と思っていたのですが、組合員が美味しさを知らなかっただけ、ということに気づいたようです。

企画実施前は停滞していた大山商品の売り上げは、試飲会を機に上昇。企画が終了してしばらく経つ今でも、大山乳業商品の売り上げは順調に伸びているそうです。実際に美味しさを知ってもらったからこそ、結びついた成果といえます。

POINT.3 商品の良さを、知ってもらうために

こだわり満載の装飾は、奈良県立大学生協学生委員会の強みのひとつ。本企画では、売り場全体を大学生協牛乳カラーである赤色に統一。ドリンク棚のゴールデンゾーンを全て大山乳業商品で埋め尽くし、企画に注目が集まるよう工夫されていました。企画で使用した段は、今でも大山コーナーとして継続されています。

以下、奈良県立大学生協学生委員会店舗部門長のコメントです。
「どれだけいい商品があっても、その良さを知らなければ、購入には繋がりません。私はもう引退を迎えましたが、商品や状況に合ったやり方を見出し、行う側も楽しい購買づくりに、これからも期待したいです。」

