

# 業界再生 = (経営+IT) × 改革メソッド

## —活かすIT・伸びる経営

経済産業省推進資格 IT コーディネータ 天川 龍介: r y u @ g l a s y s . c o m

# 業界七不思議????????

明 けましておめでとうございます。本年もしつこく改善提案をしまりますので、懲りずにお付き合いのほど、よろしくお願ひします。さて、今年一発目は業界七不思議です。消費者から見たら・・・という視点で考えてみました。何かのヒントにしてください。



### 不思議その1

今さらながらですが、価格です。ごく一般の小売業の常識は、「同じものなら、ある幅で価格は収まる」です。つまり、「この商品なら、このくらいの価格が普通だ」という価格帯があります。

だからこそ、あまり安いと消費者はイブかしく思うし、あまり高いと手を出さない状況が出来上がります。ただ安いのはNOというのが消費者の常識です。バーゲン、アウトレット、質流れ、傷物…ちゃんと理由があるから成り立っているのです。

ところが、この業界では安売りに、値引きなしにも説明が付いていない。この現象は逆手に取ると価格の正当化が簡単にできるのですが…

### 不思議その2

業界を代表する団体が無い。去年はやっと動きが具体化したよ

うですが、出来る団体が業界全体を代表できるモノになるのでしょうか？

業界全体とは、小売り・卸・メーカー・関連企業全部のことです。常識的には、内戦を繰り返しているところを、国際社会が国家として認めないのと同じように、統一された組織、意向を持たない業界は一人前と認識されません。

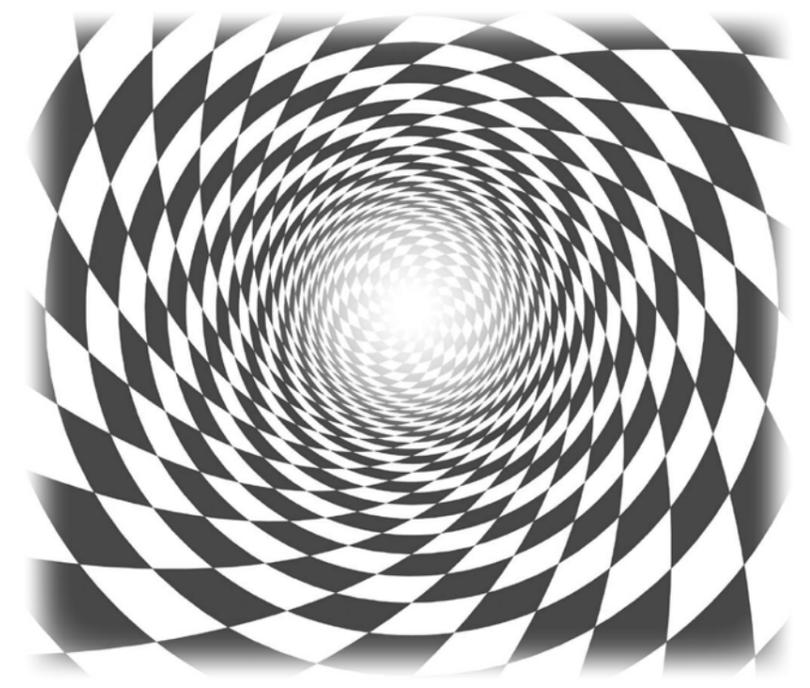
こんなこと教科書レベルだと思う

のですが、難しいことですか？ クロフネが必要ですか？

### 不思議その3

業界内の交流が無い。ただいま、都内23区の小売店調査をしています。そこで疑問。伺った小売店に次に何うお店を紹介してもらおうとしているのですが、これがつながらないんです。こんな専門性の高い業種で、しかも情報都市・東京で……。

一流と言われる業界では、所属する会社が別々でも、専門性をキート



した会合が普通にあつて、カンファレンスなどで意見が交わされます。その後の飲み会で裏話も聞けます。その前提にあるのが、自分たちが切磋琢磨することで、自分たちが所属する業界が良くなれば、自分たちも得をするという、シンプルなストーリーです。

### 不思議その4

消費者対応専門部署が無い。昨今の「偽装ブーム」とも言える騒動はご存知のはず。ちょっとした企業ならば、一度の偽装発覚で手痛い打撃を受け、とんでもない損失となります。それらに対処するため、消費者対応専門、リスク・マネジメント専門などの部署が花盛りです。

当業界は、非常にわかりにくい構造、かつわかりにくい商品を扱っているのが幸いして、大事件にはなっていませんが、店によって同じ銘柄のレンズの価格が倍以上違うことだけでも「ポツクリが許される業界」と週刊誌に書かれかねない……と思うのは私だけでしょうか？

これからはナニが起こるか分かりません。準備してみてもはどうでしょう。

### 不思議その5

個性が無い。多様化、ニッチ、スキマ……このあたりのキーワードが言われてから何年経つのでしょうか？

世の中には商品が溢れ、普通の機能、普通のデザイン、蘊蓄のひとつもない商品は、はじめから死に筋であると言われています。オリジナル、限定、御用達商品が売れることを見れば、このことは確かなのかもしれませんが。

ところが、この業界では、顧客層、商品を絞り込んだ店舗を、特別な店

という意味で「コンセプト・ショップ」と呼んでいます。ウーン、コンセプトのない店が店と呼べるのでしょうか？

となりと同じに見えるのに、「ウチのほうが上」と言える根拠がどこにあるのでしょうか？

### 不思議その6

戦略が無い。いろいろな場所で何う話の内容が細かすぎます。

レンズの話、チラシの話、DMの話、教育の話、いろいろありますが、ほとんどが戦術レベル。戦争でいうと、いつ、どの武器を使って攻撃するか？というレベルです。

戦略とは、その攻撃をするために、いつまでにどのくらいの部隊と武器を、どの場所に配置し、誰に指揮させるか？ということです。

肝心の勝敗は、どちらのレベルで決まるか想像がつかれるでしょう。

ホントは戦略レベルでコンサルしたいんですけど、相談内容自体のレベルが違うとねー。おっと、これは私のグチでした。

### 不思議その7

ITは事務機器である。

なんとかシステムはたくさんありますが、当業界では、ほとんどが事務を便利にする目的に使われています。

戦略がないのだから、それにITを活かすのは夢のまた夢なのかもしれませんが、そこを目指すことは差別化方法論として、かなり確実だと思うのですが。

先日の新聞に次のような記事がありました。

業種別で、ここ10年の生産性向上を比較したもので、かつ国別でも比較したものです。

流通分野では、アメリカがずば抜けて良く、日本はボロボロでした。その原因は、IT活用の差だそうです。

ところが、IT提供分野の比較では日米トントンです。

つまり、ITそのものは進化しているのに、日本の流通がITを使えない、生産性向上に使えていないということです。

こんなこと、現場にいれば10年以上前からわかっていること。あらためて調べてくれてありがとう……というところでは。

さて、本気で改善していこうというところが今年はいくつ出てくるのでしょうか？

そんな企業を応援するのが私の商売と思ってきましたので、忙しくなることを祈りましょう。

### 天川 龍介

1956年生まれ

眼鏡小売業界経験は16年

店頭販売はもとより、チェーン店

本部にて販促・営業企画を担当

POSシステム開発プロジェクト

リーダー

現在、合資会社グラス代表

1997年上級システムアドミニ

ストレータ合格

2002年ITコーディネータ認定・

同インストラクター

HP=http://www.glasys.com

