

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

3年後の繁盛店になる方法

< 情報戦略という視点 > (1)

年 始から株は下がるは、気温は下がるはで小売にはイイコトなしで始まってしまいました。現在の経済環境では、内需が増える要因がなく、今年も自然に売上げが伸びることはないようです。何かに取り組みなければ、何にも得られない。あたりまえのことですが、そういうことらしいです。



る情報分野ですが、参考にして

の3分野に絞ってお話を進めます。

店舗を増やす・動かす

店舗が増えれば売上げは増えます。お客様がたくさんいる場所に店舗を動かせば売上げは増えます。問題は、それで採算が取れるかです。高度成長期のように、店を出せば何も考えずとも採算が取れた時代はもうとっくに過ぎています。多店舗化してつぶれた会社は、他業界にたくさんあります。では、採算を取るにはどうすればいいのでしょうか？

ベースになるのは売上予測です。このやり方で3年後に売上げ150%増させるとしても、500%増させようとしても、その場所がなければ話になりません。売上予測が正確にできれば、そこに投資するヒト・モノ・カネをコントロールすることで利益が出ます。

この売上予測というお仕事、もろに情報分野です。しかも、この業界でキチンとできているとは思えません。(東京でも店舗は入れ替わりますが、とても採算は取れないでしょ…と思う場所に来るのは美容院とメ

現状設定

お話は、個人店ベースで進めますが、経営環境を考える上でその他の業態も取り上げます。

まずは現状把握です。全体を見渡すと、売上向上策として考えられる分野は、

1. 店舗を増やす。同時に不採算店をなくして利益を増やす。
2. 新業態を開発し、現店舗を業態転換する。(新規に事業を起す感覚)
3. 集客方法を全面的に見直す。

去年までに業界内で起こったことは、おおよそこのククリの中に入っているようです。これ以外は、縮小均衡とか撤退に含まれるでしょう。

- これを個人店に置き換えると、
1. 2店舗目を出す。もしくは店舗を移動する。
 2. 店舗を業態転換する。(リニューアル)
 3. チラシをやめて、DMだけにする。

わかりやすいように、テーマをこ

取り組みのヒントとして

では、ナニに取り組むか？
このテーマ作りの時点で悩まれる方が多いはず。`技術を磨くか?、`販促を変更してみるか?、`営業時間を変えてみるか?、`出てくるアイデアはこんなところでしょうか?、
実際に小売業の方とお話すると、おおよそこれらの範囲で、3年後、5年後の話はほとんど出てきません。そんな先の話なんかしても…とお考えかもしれませんが、考えておかないとそのとおりにはなりません。

つまり、すべて成り行きまかせになるので、希望が持てないのです。希望のない業界・会社にヒトは寄り付きません。客も従業員も。

そこで、少しでも先が見渡せるように「仮のロードマップ」を書いてみようと思います。経営全般だと誌面に無理が出そうなので、専門であ

まず、やってみよう。はじめの一步!

指数を出す	月、できれば週で売上指数を出す。年間売上を100として、その月、その週がどのくらいのウェイトを占めるかを出す。予測は昨年の同月同週の指数を直近売上に掛ける。
最小二乗法を使う	最小二乗法の意味は知らなくとも、エクセルに計算式がある。ほぼ自動的に次月次週の売上が計算で出てくる。
上記二つの方法を混合する	私が使って誤差5,000円を出した方法。ちょっと難しいので、慣れてから。
客層別・商品別に应用する	上記の方法を、客層別や商品別でやってみる。積算をすると各々の伸びもわかる。販促の良し悪しもこれで判断できることがある。

ガネ屋だったりして)

そこでご提案です。この戦略を採るなら、最初にやることは「売上予測方法論の研究」です。しかも材料は自分が持っています。ご自分のお店の売上予測をしてみてください。今年、今月、今週はいくら売れるのか?を予測をしてみてください。

そんなことできない?(私は10年以上前に、誤差 5000円で月次売上を予測したことがあります)

そんなことしても売上げは伸びない?

はい、予測しただけでは来月の売上げには影響しません。でも、予測できると策が打てるのです。来月の売上げのために、3年後の売上げのために、まずは売上予測に取り組んでみては? あくまでヒントです。

DO IT!

さて、これまでの連載ではこの前段で終わりでした。あとは自分で考えろといった感じで、実際にやるヒトはほとんどいないのを承知の上で書いていました。

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、合資会社グラスィス代表

1997年上級システムアドミニ

ストラータ合格

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

やっつけておれば、もう少し明るい話が聞けたはずですから。しかし、やらないともうヤバイ状況になってきていると実感できることが多くなったので、次の段階も書きます。

とはいえ、全部は無理なので導入部だけですが、始められればなんとかなることもあるでしょう。表にまとめましたので、まず取り組んでみてください。

こんなことを書かなくてはならないほど、私は危機感を持っています。業界コンサルとして、現状を鑑みた時、周りの経済人からいつかこう言われるだろうと思っています。

「眼鏡業界のレンズ・フレーム製作技術は世界に通じるが、国内流通のしくみ自体が利益の出ない構造になっている。しかも改善されるスピードが遅いし、意気込みも感じられない。投資しろとはとても言えないね」

