

# 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 > (3)

この原稿を書いているのは、皆さんにお届けするちょうど1カ月前くらいです、今年が春が早い感じがしませんか？ 環境破壊は年中の話題になりました。異常に気温が高い日がドンドン増えているそうです。自分が意図しなくとも勝手に変わってしまう。それが環境というものなのでしょう。それが商業環境となれば、自分の意図など全く反映されないことが自然でしょう。



### 売りたいヒトと売れるヒト

今月は先月に続いて業態変換のお話です。

先月は自分の周り確かめて欲しいと書きました。自店の環境を把握し続けることは、未来の繁盛店になるための最低条件です。その第一が顧客環境なので、ぜひ一度見直してください。そして、どのような顧客連鎖・顧客関係で売っていくのか？、を考えてください。

顧客連鎖と顧客関係については図に描きました。詳しい説明は書ききれないので、今回はイメージしてもらえれば結構です。

これまで、エリアに住まれる全員のために揃えていた商品、メガネはすべて自店で購入してもらおうという考え方を、変えてもらうための糸口になります。「エリア住民=売りたいヒト」ではなく、「売れるヒト

は誰か？」に変えてください。

### 情報起点としての顧客

お店の業態を変える時、おそらく一番不安なのは顧客を絞り込むことでしょう。しかし、絞り込むのは顧客ではないのです。

これまでの顧客を捨てるのは間違いですし、やったら潰れます。顧客は絞り込むのではなく、連鎖の順番を考えて順列をつけるのです。

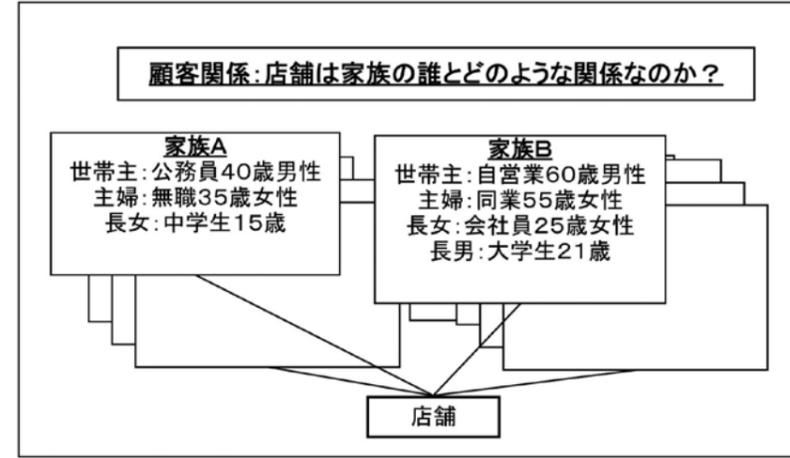
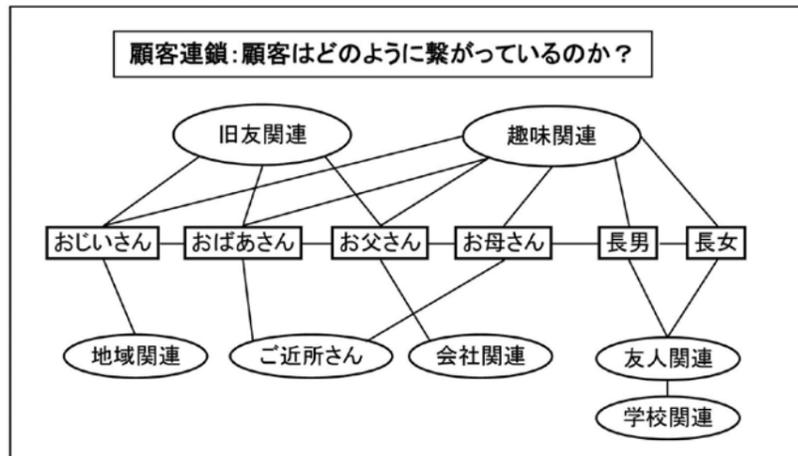
これは、一般に言われる顧客ランキングではありません。RFM分析

などでつけられるポイントでもありません。どの顧客に情報を伝えれば、最も情報連鎖が起こるか？、を考えてのものです。(情報戦略っぽいでしょ?)

例えば、ある家族構成の中で、世帯主であるお父さんと、主婦であるお母さん、どちらに情報を伝えればその家族内に早く正確に伝わるのか？、を考えます。

お母さんだとすれば、そこが情報起点です。情報が伝播する起点に情報供給することが、最も効率的であることは簡単に想像できるでしょう。この起点を探してください。

顧客連鎖と顧客関係を考えながら、両方が途切れない起点とは誰かを探します。(マーケティングを勉強されていない方にとっては、大変難しい作業です。ただ、何も考えず



に、他店のマネをするような業態転換をするより、はるかに納得できる結果になりますので、検討してみてください

### 業態転換のターゲット

こうして見つかった起点顧客が、新業態を作るためのターゲット候補になります。

ここでもうひとひねりします。

起点顧客を選定するのは、その顧客から連鎖する広がりを期待してのことです。その顧客のための業態にすれば、後は広がりカバーできると考えているわけです。しかし、そのままではダメな時があります。先月の環境分析を引っ張り出してください。

もし、エリアにマンション建設ラッシュが起っていたら、新しいSCが作られる計画があれば、高齢化が急速に進むとしたら……などの要素があった場合、起点顧客をそのまま採用しないことがあります。最も多い変更点の事例は、年齢を5歳ほど若く設定することです。顧客を育てるという意味においても、実際のターゲット年齢よりも若く設定する場合もあります。そして、決めたら迷わず「その顧客のための店」を企画します。こうして企画して作った店は、対象ターゲットに対し、「あなたのため店」といえます。

です。このくらいやらないと、一般の人にはわかりません。

もう一度書きます。見せることと、あることは違うのです。(映画: HERO に出てくるムッツリマスターが、「あるよ」という場面はご存知でしょうか? あれも品揃えなのです)

### 業態転換の狙い

このように業態転換するとどうなるのか?

シナリオはこうです。

1. 起点顧客をターゲットにしているので、情報の伝達は損なわれず、顧客を絞り込んだ店ではないことが伝わりやすい。結果として、転換前と比べて特定の顧客層が大幅に増減することはない。
2. 起点顧客をターゲットにしているので、新規客はこのターゲット層が増える可能性がある。最も連鎖が起こりやすいターゲットのはずだから、他のターゲットの新規客数増加も期待できる。
3. 上記1. で既存客が維持され、2. で新規客が増えていけば、自然と売り上げは上がる。

以上は、価格系の業態転換ではない場合の一例です。ご自身が企画される時の参考としてください。

### 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、合資会社グラスシス代表

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

