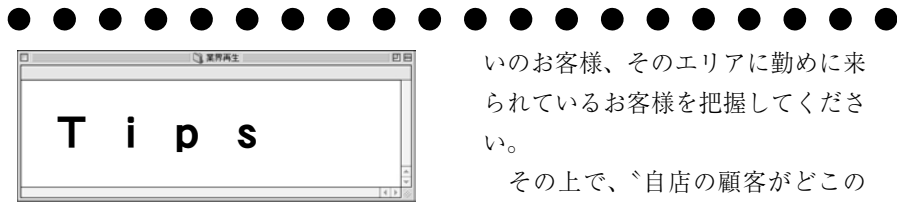


# 業界再生 = (経営+IT) × 改革メソッド — 活かす IT・伸びる経営

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

## 特徴のある店の作り方 (2)

今年の夏は酷暑……との予報も。この号を読んでいただいている頃はものすごく暑いかな？ この文章がお手元に届くことで、残暑お見舞いの代わりと思ってください。えー、景況はものすごく悪いです。たぶん、7-9月期はほとんどの小売業が前年割れします。フンバリ時です。



### 分割せよ

さて、先月の続きです。  
市場を自店にとって有利な位置づけになるよう、分割して考えてくださいとの主張です。  
まず最初に分割についての考え方です。これまで、お客様を分割してください…とお願いすると、ほとんどの方は、「遠近両用専門」「偏光レンズ」「特定ブランド展示」などの、商品分類で分割例をお話しされます。  
すいません、市場を分割してください。お客様を分割してください。手順を示しましたので、お話し下さい。

### 分析

ごく一般的な分析データが必要で

いのお客様、そのエリアに勤めに来られているお客様を把握してください。  
その上で、`自店の顧客がどこの誰か?`を確認してください。

### 分割-1/市場

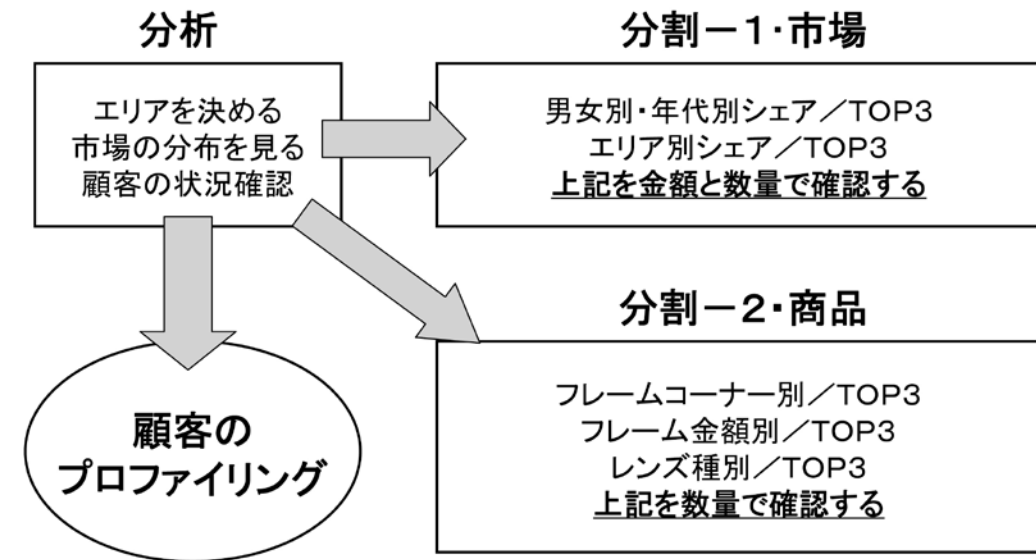
お客様別のシェアを見てください。  
例えば、エリア内すべての50代男性は10%、エリアAでの同対象は30%といった具合です。  
顧客とエリアを掛け算した形式でのシェアは出されたことがないかもしれません。ぜひお試しください。  
そして、エリアをキーにしたTOP3と、顧客をキーとしたTOP3を出してください。(できれば、TOP10くらいまで出ていると細かい検討ができます)  
実際にやってみると、顧客のTOP1が、各エリアのTOP1ではないのは当たり前で、結構入り組んだ結果になるはず。ここからの判断が難しいのですが、各々の結果によって見るポイントが違ってきますので、どうしても知りたければ、ご相談下さい。

### 分割-2/商品

商品の売上分析ですので、日常的になさっているはず。 (コーナー別の発想はないかも?)  
何が一番売れているか? 金額ではなく数量で見てください。レンズの種類は、アイテム別ではなく、用途別種類と屈折率と設計でよいでしょう。遠用・1.60・非球面が1位……とは限りません

### 複合分析/顧客管理システム

さて、ここで顧客管理システムの登場です。顧客と商品を複合させて分析します。かなり複雑なので、例を示します。  
1. 顧客TOP1は、50代女性である。  
2. 同顧客は、各エリアでもTOP3に入っている。  
3. 同顧客分類を顧客管理システムで検索し、売上データを抽出する。  
4. この売上データと、分割-2の結果とを比較してみる。  
5. すると、コーナーは2位・フレーム金額はバラバラ・レンズの種類は近用・1.56・球面が1位となった。  
ここから想像できるのは、『女性



(顧客のプロファイリング+分割1+分割2)+未来予測=店舗特徴のレシピ  
レシピの具体化=商品構成・価格構成・サービス構成・外内装・販促企画

## 特徴のある店舗へ

用フレーム以外が50代女性に売れている』『フレーム金額にこだわっていない』『普通の老眼鏡のつもりで買っている』……のようなことです。  
ここに、顧客別売上・利益率・利益額などの分析が加わると、TOPシェアの顧客なのに、ゼンゼン儲かってない!! などという結果になりかねません。  
如何ですか? かなり、お客様が見えてきましたよね?

### 顧客プロファイリング

さて、顧客の姿をより鮮明に描く方法を加えましょう。  
`上記の50代女性は、どこに住んでいますか?`、`どんな家ですか?`、`自家用車の種類は?`、`専業主婦ですか?`、`仕事はパート?`、`ペットは飼っていますか?`、`社会活動は?`、`趣味は?`、`日頃オシャレりする相手は?`、……  
ここいらあたりのお話が出来れば、自店のエリアを知っているかどうかの判断ができます。

### 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



優先。それ以外は価格優先。  
3. レンズは見ればよし。  
調べてみたら、フレーム単価の高い顧客は、サラリーマンの夫を持ち、自分自身も仕事持ちだった。  
如何でしょう? メガネ本体とほとんど関係ないところでの購入動機が見えてきませんか?

### もっとやってみる

ここまでの作業を、TOP1だけでなく、TOP3くらいまではやってみてください。おそらく、目からウロコが落ちます。  
特に、利益額を中心に調べると、「セットの売場なんかいない」「ブランドの数が多すぎる」なんて結論は簡単に出てきます。  
はい、それが言い切れるようになることが改善の第一歩目です。では、来月はどのように店を変えていくかを探ってみましょう。