

# レスコフォーメーションの店舗力診断

あなたのお店の店舗力を自己診断してみましょう!!

## 店舗力セルフチェック

( )内は飲食・サービス業種の場合

項 目		はい	いいえ	どちらとも いえない
<b>【分野1】経営視点</b>				
1	店の主要ターゲットは明確ですか			
2	店のコンセプト(方針)は明らかですか			
3	店の売上推移や売上目標はスタッフ全員が把握していますか			
4	店長とスタッフは店の方針を理解していますか			
5	サブや新人スタッフなどのレベルに応じて、人材教育を常に行っていますか			
<b>【分野2】マーケット視点</b>				
6	他店情報や業界情報に敏感ですか			
7	セミナーや勉強会に積極的に参加していますか			
8	お客様の意見や要望を把握する工夫がありますか			
9	お客様に対して店の情報を発信していますか			
10	顧客情報を管理する仕組みはありますか			
<b>【分野3】商品</b>				
11	商品価格や商品イメージは店のコンセプトに適合していますか			
12	季節感のある商品がそろっていますか			
13	商品の魅力を全スタッフが理解していますか			
14	商品アイテムのバリエーションやボリュームは魅力的ですか			
15	個性や特徴の感じられる商品が品揃えされていますか			
<b>【分野4】売場</b>				
16	売場(客席)の見通しは良く、店内のイメージがお客様に伝わりますか			
17	店内通路の幅は十分に確保され、売場(客席)が回遊しやすいように整理されていますか			
18	売場のゾーニングは明確で、関連性のある配置ができており、お客様が回遊しやすい導線ができていますか(利用方法や入口からの動線がわかりやすく、利用しやすいか)			
19	コーナー表示や演出はわかりやすく、お客様の興味を引いていますか(店内イメージはメニューやコンセプトと合っており、お客様の興味を引いているか)			
20	店内(客席・パントリー)やレジ周辺は整理整頓され、メンテナンスやクレンジングが行き届いていますか			
<b>【分野5】店内販促</b>				
21	店頭や目立つ場所に今最も売りたい商品が演出されていますか			
22	商品演出は魅力的で、お客様の興味を引き付けていますか			
23	陳列(メニュー表やサンプルケース)は見やすく、選びやすく整頓されていますか			
24	POPは効果的に活用され、商品の魅力を伝えられるものですか			
25	POPの量は適切で、わかりやすく商品の魅力が伝えられていますか			
<b>【分野6】スタッフ</b>				
26	スタッフは明るく挨拶し、お客様の来店を歓迎する印象を与えられていますか			
27	スタッフはお客様に好印象を与えられる基礎マナーが実践できていますか			
28	スタッフはお客様のニーズを引き出し、お応えできるコミュニケーションスキル、商品知識を身に付けていますか			
29	スタッフはお客様に目配りし、常にお客様最優先で行動していますか			
30	スタッフは店長が居る居ないにかかわらず、やるべきことができますか			

# レスコフォーメーションの店舗力診断

## ～ 処方箋 ～

課題を克服して、店舗力を強化するためのヒントを処方いたします。  
早期改善が困難な場合は、専門医への早めの受診をお勧めいたします。

### 1. 「経営視点」に課題が多くあったお店には…

人の価値観や買物の場が多様化した現代では、ターゲットやコンセプトの曖昧なお店は、結果的に膨大な競合店舗に埋もれ、お客様から見つけ出してもらえない、選んでいただけないお店となってしまいます。また、例えば、経営者や店長自身が、お店のターゲット、コンセプトを明確にしていたとしても、直接お客様と接する機会の多い、販売スタッフが方針をよく理解し、毎日の店づくりや接客に反映させていなければ、お客様には伝わりません。経営視点に課題が多くあったお店には、今一度、お店の**ターゲット、コンセプトの明確化**と共に、スタッフ全員が把握し行動化できるよう、**コンセプトBOOKやクレドの作成、定期的なスタッフミーティング、研修**などの導入をお勧めします。

#### ワンポイントアドバイス ターゲットをプロファイリングしよう！

多くの小売店が、主要ターゲットにおく女性。しかし、一口に女性といっても、女性の価値観やライフスタイルは非常に多様化しています。年齢、同居する家族の構成、既婚/未婚、有職/無職、こども有/無、こどもの年齢などをベースに対象ターゲットとなる女性の一日、平日・休日の過ごし方、好きなブランド、影響を受ける有名人、気にかけていること、大切にしていること、自店に期待していることなどをスタッフ間で話し合ってみましょう。品揃えや、店づくり、サービス、接客のあり方を見直すことができます。

### 2. 「マーケット視点」に課題が多くあったお店には…

刻々と、マーケットの状況は変化し、その変化のスピードも年々、速くなってきています。また、そのような環境の中では、お客様の新陳代謝も早く、一年前にご贖員にいただいたお客様が、今年もあなたのお店のファンでいてくれるとは限りません。マーケット視点に課題が多くあったお店には、**商圏内や同業他社にとどまらず、広く流通や消費者動向に関する情報を収集**すると同時に、同業種、異業種に関わらず、成功事例を自店に取り入れたり、他店との差別化戦略に役立てることをお勧めします。

また、**お客様の意見を吸い上げ、店づくりに活かし、お客様にフィードバック(情報発信)**する仕組みをつくり、**お客様との良好な関係(絆)づくり**に努めましょう。

#### ワンポイントアドバイス お客様との良好な関係づくり

女性は、お店と関わる頻度が高ければ高いほど、また、関わる度合いが深ければ深いほど、そのお店が好きになり、身内感覚で応援したくなります。そのような関係性を築くことができれば、クチコミ効果も絶大！お客様がお客様を呼んでお店に来てくださいます。一方的に情報を発信するだけでなく、自店の新商品やイベントなどについて、広くお客様の意見を集め、共に具現化するような取組みを行い、お客様が継続的に応援したくなる関係づくりをしましょう。また、そのような取組みを、地域のコミュニティ紙やチラシ、DM、店頭POPなどを活用して積極的にPRしましょう。

### 3. 「商品」に課題が多くあったお店には…

お店のコンセプトをもっとも色濃く反映するのは、取扱う商品・サービスであるといっても過言ではありません。また、いくら店構えが魅力的で、多くのお客様の目を店頭へ引き付けたとしても、商品がよくなければ、お買い上げには繋がらないのです。商品に課題が多くあったお店には、今一度、**お店のコンセプトとターゲット顧客の期待**に対して、どのような品揃えが望ましいのか、**品揃えの再設計**をお勧めします。例え、取扱う商品すべてがオリジナリティに溢れたものでなくても、**何かひとつ、他店が真似できないくらい際立って個性的であったり、商品のセレクト(選択や組み合わせ)**がお店のコンセプト、店長のこだわりを大きく反映していたり、**季節ごとに新鮮**でお客様をワクワクさせるような商品を取り入れていたりすることで、商品力は増大します。

#### ワンポイントアドバイス **季節や祭事を最大限に生かそう！**

日本には四季があり、人々の生活や購買行動に大きな影響を与えています。お客様の「欲しい」気持ちに火をつけるのが、その季節を少し先取りした商品提案です。お店独自のこだわりやトレンド情報を加えることでさらに魅力は高まります。52週の祭事カレンダーを活用して商品計画を作成し、売場づくりや販促と連動させましょう。

	季節の特徴	祭事	お客様の欲求 (気分、行動)	季節の 打出し商品	店頭演出
4月					
⋮					
12月					

### 4. 「売場」に課題が多くあったお店には…

売場は、お客様に提供したい商品を効果的に配置し、お客様を導き、買物を楽しんでいただくための器です。**お客様の心理や買物行動とお店の意図**が合致していること、スムーズに店内を回遊していただけること、滞留時間を長く、結果的にお買い上げに結び付くことが重要です。売場に課題が多くあったお店には、血流の悪い血管と同じように、お客様の動線をふさいでいたり、回転率の悪いコーナーをつくっている可能性があります。**什器、陳列の高さ、通路の幅、ゾーニング、コーナー表示、コーナー演出、クレンジング**の状態を第三者の視点で見直し、戦略的に再設計する必要があります。

#### ワンポイントアドバイス **効果的なゾーニングを行うには**

お客様視線をどのように誘導し、興味を深め、売場を回遊させるために、VMD(ビジュアル・マーチャライジング)の実践が大変有効です。店が今もっとも売りたい商品を中心に、売場全体でどのようなストーリー(関連性や流れ)をつくるのか、それがVPとPP・IPというそれぞれの役割に落とし込まれることで、スムーズにお客様を売場の奥へ引き込むことができます。

VP (ビジュアル ・プレゼンテーション)	PP (ポイント・オブ・セールス ・プレゼンテーション)	IP (アイテム ・プレゼンテーション)
ショップイメージをつくる場。重点商品やテーマなどをトータルで表現します。場所はショーウィンドーなど。	それぞれのコーナーの「顔」をつくる場。IPの中の代表する商品を強調して見せます。場所はコーナー横トルソー、テーブルや棚の上など。	商品を陳列する場。商品特性(アイテム、デザイン、カラーなど)で分類して見せます。場所は棚、ハンガーラックなど。

## 5. 「店内販促」に課題が多くあったお店には…

ネット通販が普及し、消費者の買物行動が激変した昨今、店内販促はリアルに店舗を構えるお店にとって生命線といえます。自宅にいながら、好きな時間に、便利な検索サービスや顧客のクチコミ情報を参考にしながら買物ができる、ネット通販にはないリアル店舗の魅力は何か、今一度考えてみましょう。

店内販促に課題が多くあったお店は、店頭を何気なく通過する通行客の目を留め、足を止めるような**インパクトのある店頭演出**や、商品や品揃えの**魅力をより際立たせるディスプレイ**、**メッセージ性の高いPOP**、買物のストレスを感じさせない**計算された陳列**など、売るための仕組みをつくり、徹底して取り組みましょう。

### ワンポイントアドバイス 売上方程式と店内販促

「1日あたりの売上額」＝「客数」×「客単価」

入店客数をアップさせる	買上客数をアップさせる	客単価をアップさせる
①インパクト、鮮度あるディスプレイ ②話題商品(季節商品)のプレゼンテーション ③ターゲットのイメージに合う店頭演出 ④店頭の明るさ、整理整頓	①効率的なポイントディスプレイ ②規則性、統一感ある陳列(見やすく、選びやすい陳列) ③お買得アイテムの訴求 ④商品の魅力をアピールするPOP	①セット・コーディネートディスプレイ ②関連性あるゾーニング、商品配置 ③ついて買いを促すPOP、関連買いを促進するPOP

## 6. 「スタッフ」に課題が多くあったお店には…

スタッフの質は、高ければ店舗力をより強固なものにする一方で、低ければ、いくら売場の力が強くとも、お客様を遠ざける要因ともなる、お店にとっては諸刃の剣といえます。人の価値観が多様化し、店や接客に対する期待値が高くなる一方で、販売に携わる人のコミュニケーション力の低下が年々、問題となってきています。スタッフに課題が多くあったお店は、今一度、スタッフ教育の徹底が求められます。まず、このお店のスタッフとして大切にしたい考え方、守るべきルールや行動規範、基礎マナーを明確にし、**スタッフマニュアル**をつくりましょう。その上で、**教育、指導**を行い、店長がいなくてもスタッフ同士がチェックし、改善できる**仕組みづくり**を行うことが必要です。

### ワンポイントアドバイス 販売(サービス)の3Sを徹底しましょう

Smile	… 笑顔で明るく接客できる
Speed	… 動作がきびきびしてさわやかである
Sincerity	… 相手を思いやる気持ち、誠意が現れている

販売の魅力・楽しさをスタッフに伝え、体験させてみる。お客様からいただいたご意見をフィードバックするなど、スタッフのやる気や自主性を引出す取組みも必要です。また、スタッフが店や商品が好きであること、働き甲斐を感じられる評価制度や仕組みがあることも大変重要です。ES(従業員満足)の高い会社は、自然と3Sが徹底され、CS(顧客満足)も高くなります。

## ～ 店舗の専門医「レスコフォーメーション」のご案内 ～

全国120の商業施設、14,000店の診断・指導実績を持つ、レスコフォーメーションだから、お手伝いできることがあります。

生活者、特に購買決定権の8割を持つといわれる女性の価値観、購買行動を知り尽くした専門スタッフが、売れる店づくり、人づくりのサポートをいたします。

### レスコフォーメーションのサービスメニュー

「ヒット」の戦略化を図る

**人材育成**

魅せる売れる店をつくる

**売場づくり**

施設や店舗を評価・改善

**診断・調査**

課題抽出から解決まで

**コンサルティング**

ロイヤルカスタマー育成

**顧客づくり**

女性支店のコト・モノ・店

**女ゴコロ  
マーケティング研究所**

#### ●ショッピングセンターをはじめとする商業デベロッパーさまへ

レスコフォーメーションでは、ショッピングセンターの専門店を対象とした、各種活性化業務を行っています。

- ◆ 接客や売場づくりに関する覆面調査、臨店指導
- ◆ 接客や売場づくりに関する研修
- ◆ 店長、経営者のための店づくり、人材育成に関する研修
- ◆ クレド、接客・館内ルールなどのマニュアル制作
- ◆ ロイヤルカスタマー育成のための研修、サポーター制度導入コンサルティング など

#### ●チェーンストア本部さまへ

レスコフォーメーションでは、チェーンストアの売場づくり、接客販売、店頭販促など店舗力を高めるための各種業務を行っています。

- ◆ 店舗の課題抽出調査(店舗診断、お客様インタビュー調査・イメージ調査など)
- ◆ 売場づくり、接客、サービス、店頭販促、管理運営などのマニュアル(ルールブック)作成
- ◆ 各種研修、臨店指導 など

※ 女ゴコロマーケティング研究所では、女性の価値観、購買行動を研究し、女性の来店、購買を促進し、女性ファンをつくり、クチコミしたくなる店づくりのサポートをしています。

#### ●店長、スタッフの方へ

レスコフォーメーションでは、メルマガ講座やオープン講座などで、消費の8割を占める女性客のつかみ方や、店づくり、接客のポイントなどをわかりやすく解説しています。詳しくは、ホームページをご覧ください。

<ご相談・資料請求は> 株式会社レスコフォーメーション  
〒534-0013 大阪市都島区内代町1-2-28 都島メイプルビル  
E-mail▶info@resco-f.com URL▶http://www.resco-f.com

TEL▶06-6952-8155

