

# 老舗精肉店という会社の強みに さらに磨きをかけるミートモリタ屋

毎日決算シミュレーションソフトウェアの森の導入で値引きの改善、大胆な売り出しを実施。荒利益率を4%も向上させたのが大阪のミートモリタ屋だ。しかし、導入最大の成果は、従業員が自ら考え、動くようになったことだった。

## ◆懸案の毎日決算を実現可能にするツールに出会う

大阪府高槻市に本社を置き、高槻市を中心とした近隣の市と京都府宇治市にスーパーマーケットを8店舗、さらに高槻市内に焼き肉レストラン4店舗を展開す



大手総合スーパー、高級スーパーなど、競合店がひしめく中、増益を達成している聖ヶ丘店

るのがミートモリタ屋である。現在、スーパーマーケットのうち3店舗では、宅配事業も行い、大好評を得ている。このミートモリタ屋に、テクノの森が導入されたのが、2004年8月のことだ。

「社長から、毎日、決算しろとずっと前から言われていたんですが、実行できないままになっていました。ところが昨春のスーパーマーケット・トレードショーで、なんと『毎日決算をかけたいたブースがあるじゃありませんか。思わず(株)テクノの森の千原建生社長の話に聞き入ってしまった!』」

こう言うのは、ミートモリタ屋の吉岡克恵取締役商品部長だ。

以前から吉岡恵二社長がこだわっていたのが、毎日の店ごとの荒利益額だ。高槻市の聖ヶ丘店の結城眞彦店長も、社長自ら決算の方法を教えてくださいましたことを振り返っている。だが、当時は、パソコンもなく、計算機を片手に必死に計算するしかなかった。しかもその日の特売価格を一品一品店頭まで行って確認するなど、各部門まで徹底することは並大抵のことではなかったという。結局、忙しさもあり一

時的な取り組みに終わってしまったのだが、『毎日決算』は、ミートモリタ屋の大きな課題として残されたままだった。こうして数年が過ぎた2004年、全社

的基幹システムを刷新するという方針が決まった。ならばこの際、『毎日決算』のシステムを構築しよう、と、改めて動き出したのが吉岡商品部長だった。いいシステムはないかと探し回っていた時に、目に飛び込んできたのが『テクノの森』だったのだ。

実はこの同じトレードショーで、テクノの森に着目したのが、2004年12月号の事例でお伝えした横浜市のスーパーマーケット・よつやだった。わずか2週間で導入を決定したというよつやにミートモリタ屋の吉岡部長も視察に出かけてみた。そこで目にしたのが、「今日はいくら荒利益額をあげる。そのために何をやる。そんな話が各部門の担当者の口から当たり前のように出ていた」光景だった。そこまでウチでできるだろうか。不安な気持ちには隠せなかったが、よつやの光景を目の当たりにして「従業員が自ら動く。教育という意味でも絶対に必要」(吉岡部長)と、導入を決意したという。



“テクノの森”の教育ツールとしての効果に喜ぶ吉岡商品部長(左)と結城店長(右)

## ◆単品別・曜日別アプローチで値引き率が大幅改善

2004年8月から8店舗でいっせいに『テクノの森』を導入。初めこそ右往左往していたが、やがて、いかに便利なシステムかが誰にも理解できてきた。毎日、単品ごとに『いくら稼いだか』という荒利益額がはつきりとわかる。稼ぎ頭である上位商品(これをパワー単品とよんでいる)も明らかに、翌日に何をどれだけ売ればいくら利益が上がるか、というシミュレーションが簡単にできるからだ。それまでは目に見えていたのは売上高のみで、いくら稼いでいるのかは「勘と経験の世界」(吉岡部長)でしかなかった。どうしても通常のやり方に固執しがちだ