



一手間かけた惣菜部門がこれからの重点部門



新鮮で高品質ながら手ごろな価格の国産肉がミートモリタ屋の目玉商品



量目と価格を見直して値引率を改善した“お造り”

「だが、荒利益額シミュレーションで大胆な実験もでき、実行すれば結果もすぐに出るので、それをもとに修正したり、さらに大胆な商品企画へ踏み出すことも可能になった。

「これまで身についてしまっていた固定概念（この商品ならこの量目でこの値段が根本からくつがえった。結果がすぐ出る。まず、やってみてどうだ」という発想ができるようになった」

今回取材した聖ヶ丘店の結城眞彦店長は、単に仕事が楽になったというレベルではなく、従業員の売場に対する姿勢そのものに変化が現れたと語る。

聖ヶ丘店で目立って荒利益額が向上したのが鮮魚部門だ。テクノの森で荒利益額の中に占める値引きの割合を計算してみると、鮮魚部門は値引きのために毎日、荒利益の20%を失っていることが判明した。まず値引きが多かった単品を洗い出し、さらに曜日別の傾向を調べた。例えば、お

◆従業員自らが動き出した

一方、精肉部門はミートモリタ屋の最も自信のある部門でもある。中でも最高級の京都肉を「頭丸ごと枝買いするなど、グレードにも価格にもこだわってきた。

「造り」だ。夕方からの売り切りセールの数が多すぎることが明らかになると、曜日別の売れ行きを把握して適切な数を用意するようにした。さらにベテランチーフはそれまで580〜680円だった価格ラインを、量を調整して398円均一で打ち出すなど、商品企画に踏み込んだ対策をとったところ、目に見えて荒利益率が向上し始めたという。

「モリタ屋の定番」という意識から抜け出し、本当に顧客が求めている売り方を追求できるようにしたのだ。テクノの森が導入後は荒利益の値引きの割合が20%から13%まで下がってきた。

だが、売れていく部位には店ごとに差があり、担当者はどうしてもロスを恐れて部位単位の仕入れに流れがちだ。だが、シミュレーションにより、どの曜日にどんな部位が売れるのが把握でき、さらに店舗間の違いも知ることができるようになると、計画的に部位を使い切ろうという機運が生まれてきた。

高級肉を扱いながらも、それをあますことなく存分に使い切ることさらに価格を下げることができる。それが他店との競争で圧倒的な強みになる。テクノの森でそんな意識の統一も可能になってきたという。

惣菜はこれからいっそう力を入れていきたい部門だが、現在、ミンチカツや天ぷら、串カツなどを105円均一で売りに出している。ところが、ここでも「売れ残ったらどうしよう」という心理的なブレーキが働いていた。店長自ら現場に立ち、「俺が責任を持つから」と、それまで計100個台だった仕入れ数をいっつきに

500個ほどに増やし、売場で大胆にプロモーションすると、400個以上の売れ行きを達成した。

シミュレーションが簡単にでき、結果もすぐに出る。たとえ失敗しても修正すればいい。担当者に自信が生まれ、次の大胆なプロモーションも打ち出せるようになってきた。

「今ではあと何個で1万円円の利益。そんな会話がふつうになってきました」（結城店長）

導入から5カ月ほど立つ現在、聖ヶ丘店の荒利益率は4%ほど向上している。

「以前からなんとなく気付いていたことが、数値で出てくるので自信を持つて手を打てるんです」（吉岡部長）

荒利益額という数値的な向上ももちろんだが、最初のねらいとおり、従業員が自ら考え、動くようになったことが一番の成果のようだ。

導入企業の概要

企業名／株式会社ミートモリタ屋
 代表取締役社長 吉岡恵二氏
 従業員数／120名
 従業員数／450名（うち社員120名）
 店舗数／スーパーマーケット8店舗、
 レストラン4店舗

お問い合わせ・資料請求先

東京本部：〒107-0052 東京都港区赤坂2-8-12-801
 TEL：03-3568-1877 FAX：03-3568-1878
 九州本部：〒860-0805 熊本市桜町1-25-708
 TEL：096-322-6663 FAX：096-322-6664

株式会社 テクノの森
 www.technopark.co.jp info@technopark.co.jp