

毎日決算シミュレーションソフト 「テクノの森」で、会議も人も会社も変わった

毎日の店舗・部門から主要単品までの利益管理ができるよつやになり、各部門の利益構造が改善したばかりか、会社の体質改善まで実現したというのが、横浜で食品スーパーを展開する(株)よつやだ。今では、社員誰もが「こつやつて利益を出す」を口にするという。

◆重要なことは

「売上げ」ではなく「利益」

「本来なら店を開ける朝の時点で、その日にくら「稼ぐべきか」を知っていなければならぬ。だが、そんな発想は全くなかった。なんとかしなければとずっと考えていた」



横浜市港北区はニューファミリーの増加で、大手ナショナルチェーン、リージョナルチェーンの出店が相次ぐ。その中で増益を達成している新駅前のロイヤルよつや店



競合店に打ち勝つには商品力と従業員のやる気アップと意気投合する、よつやの坂田真一社長(左)とテクノの森の千原建生社長

横浜市内に食品スーパー2店と酒販店1店を展開するよつや。坂田真一社長にとつて、いかに「利益」をブラン・ドウ・チェックするかは長年の懸案だった。

これまでは、商売で話題にのぼるのはいくら売れたかという「売上げ」がほとんど。いくら儲かったかという「利益」に及ぶことはほとんどなかった。

利益を上げるには3つの方法がある。第1は売価を上げること。だが単に上げても顧客を怒らせるだけ。第2には取引先に仕

入れ値を下げるよう要求することだが、今でもギリギリなところに、これ以上やってもイジメにしなければならない。最も有効なのが

第3の利益の取れるものと安く売るものを区別して組み合わせるということ。安く売るものでお得な店というイメージを作り、来店を促進して、本当に価値のある商品でしっかりと利益を取る。

だが、これを実現するには利益の「シミュレーション」が欠かせなくなる。どの商品でいくら「利益」を取れるのかをあらかじめ計算できなければ、大幅な赤字をも招く無謀な冒険にしかならないからだ。

実はそんな問題意識のもと、以前から週に1度だけ荒利益を計算できるあるソフトを使っていた。週の中で一番売れるセールの日、各部門の主な商品について、いくらで仕入れ、いくらで売り、それがいくつ売れて、荒利益がいくらになるのかを計算して出していたのだ。

だが、その先が続かなかった。確かに思ったように「荒利益」の計算はできたが、

週に1度ではどうしようもない。行き詰まっていたところに出会ったのが「テクノの森」だった。

「自分が探していたのはこれだと確信し、導入先の実際の運用事例を見学、すぐに採用を決めた」。現在よつやにとって毎日の業務になくはならないシステムになっている。

◆おはぎ売場を5倍に拡大、利益が10倍になる

よつやでは各部門チーフはテクノの森システムを用いて販売日の前日までに各部門荒利益予算の70〜80%以上をカバーする主要商品の利益設計から逆算して販売見込数・仕入数・一定のロスを許容するというシミュレーションを実行する。それを基に部門全体の荒利益予算達成を期して販売当日にのぞみ、販売が終了した翌日時点で売れ数、値引額、廃棄数を入力。実際の「利益」が即座に出るので、目標の達成、未達成がすぐにわかり、次の日に「いくら稼げばいいのか」も見えてくる。これを毎日行うわけだ。

特売やイベント販促を行っても利益がすぐわかるため、毎日、いろいろ試みながら微調整を繰り返し、顧客が喜び、利益も最大になる方法を探り当てることが可能になる。利益という基本的な指標があればこそ、競合店がセールをぶつけてきても、赤字覚悟で対抗する商品を立てつつ、どこで