

静岡県支部

プロが選んだ静岡県内の輝いている店 20 店とその“コンピテンシー”の調査研究

昨年度は、中心市街地の活性化をテーマに調査研究事業を行ったが、その中でポイントは、人材と個店の活性化あるいは魅力づくりであることが結論づけられた。

そこで、本年は、中心市街地などにある個店の活性化あるいは魅力づくりにはどんな要素や方法が必要かをテーマに、上記タイトルのように実際にモデルになる店をクローズアップさせ、その秘訣を「コンピテンシー」として探ることとした。

コンピテンシーとは、本来は人事用語で、簡単に言えば仕事がよくできる人に見られる行動特性ということである。今回の店舗調査で、輝いている店、三ツ星をあげてよい店、すなわち主に中心市街地であって、より多くお客様を集め、より多くお客様が出入りしている店、あるいは行列ができてい店には、それなりの理由（わけ）や秘密があるであろうということで、それを、人事用語のコンピテンシーとなぞらえ、経営基本・商品面・店舗面・接客サービス面・付加価値そして価格面に分類しながら、整理を加えた。要約のため、キーワードだけで表現すると、下記の表のようになる。輝いている店、三ツ星店には、こうした要素が、すべてではないが、より多くあるということである。

本章の後半では、商店経営の基本 100 項目をあげ、それをチェックリスト方式にした。また、それをチェックした結果の評価についても、できるだけビジュアルになるような形にした。輝いている店、三ツ星店をめざすなら、またはめざす前に、総合的にチェックされることも有意義と思われる。

【輝いている店のキーワード】

- | | |
|------------|--|
| ①コンセプト | → 明確なコンセプトがある |
| ②こだわり・哲学 | → 経営者及び企業にさまざまなこだわりやそのベースとなる「哲学」がある |
| ③人間的魅力 | → 経営者の人間的魅力がある |
| ④おもい | → 経営者・店長・従業員におもい（志や熱意、意欲やモチベーション、やる気がある） |
| ⑤お客様の顔 | → 対象顧客が明確で、顔の見える顧客 |
| ⑥コミュニケーション | → お客様とのコミュニケーションやお客様へのアプローチ
お客様の視線・視点 |
| ⑦リピーター | → お客様 1 人ひとりを大切に、多くのリピーターからの信頼を得ている |
| ⑧逸品 | → 名物、看板商品、洗練されたサービスなどがある |
| ⑨自家製 | → オリジナル、作って売る（企画開発販売または製造販売） |
| ⑩限定 | → ここだけ、いまだけ、これだけ |
| ⑪物語 | → 物語性、ストーリー性、ドラマ性、由緒、蘊蓄 |
| ⑫遊び感覚 | → 遊び感覚、遊び心、面白さ |
| ⑬提案 | → 提案、演出、アピール |
| ⑭店頭 | → 店頭の魅力づくり、思わず足を止める、店構え |
| ⑮居心地 | → 楽しく、居心地よい雰囲気を提供 |
| ⑯口コミ | → 口コミで広がる、口コミ活用 |
| ⑰情報発信 | → IT 含め、さまざまな方法で、こちらから情報発信 |
| ⑱ブランド | → ブランド化、ブランドづくり |
| ⑲わがまち | → 店があるまちへのおもいと貢献 |
| ⑳あたりまえ | → （お客様からして）あたりまえのことの徹底、一事徹底、5 S、挨拶など |