

店長のマネジメント力の差 はどこから生まれる？  
店舗の業績向上に繋がる  
店長ベストプラクティスの考え方

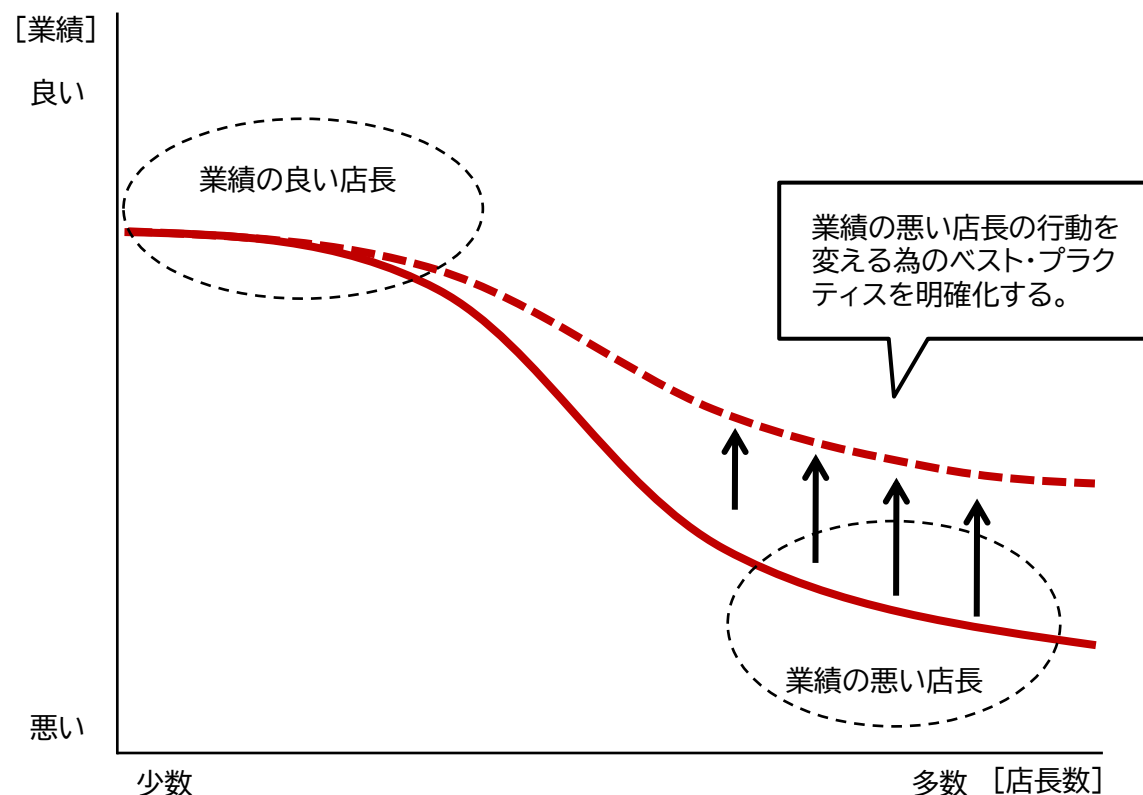


# 店長ベストプラクティスとは

店長ベストプラクティスとは、優良店長の行動をナレッジ化し、他店長にマニュアルとして浸透を図る手法です。

小売業、飲食業、サービス業においては、店長の能力が与える店舗業績への影響が大きく、また企業独自の商品や文化により、優良店長の在り方も変わるため、DILOという分析手法を用いて店長の模範的行動様式を精緻に分析します。

## ■ 店長ベストプラクティスの目的



### ※分析手法:DILO

DILO(Day In the Life Observation)とは、小売業、飲食業、サービス業において、店長の出社から退社までの1日の動きを、細かく把握する手法で、常に分析者(コンサルタント等)が共に行動し、1分毎に行動、発言を記録、店長の行動をデータ化する分析方法です。発言内容も、「誰に対し」、「どのような表情」、「どのような言い方」が非常に重要であるため、詳細に記録いたします。

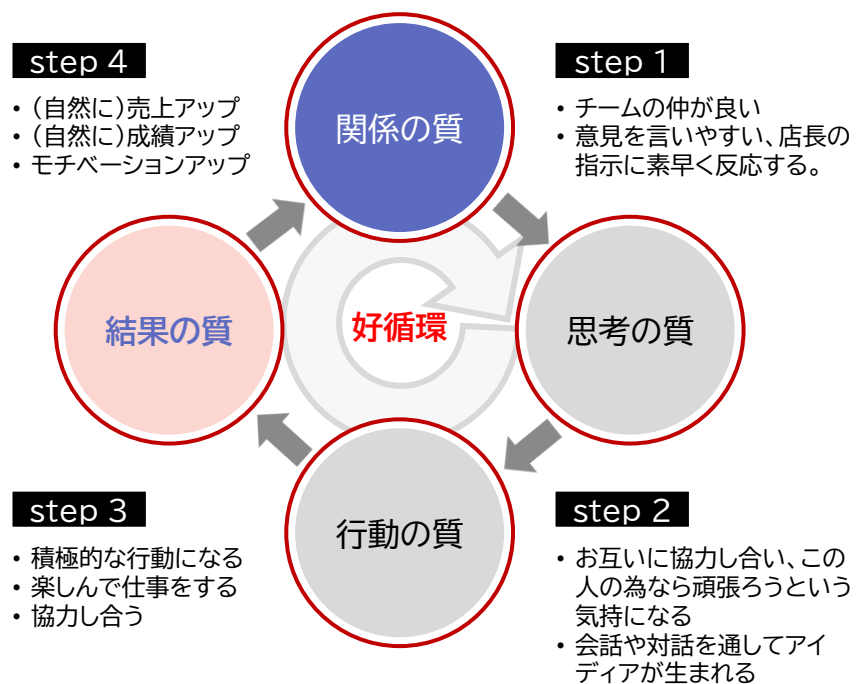
故にヒアリングやインタビューだけでは判明しない「優良店長の特長・行動様式」が明確化されます。

# ベストプラクティス分析のフォーカスポイント

店舗というコミュニティの中で、最も大切なことは「組織が成功の好循環に乗っているか」です。

店舗の業績において、一番重要で影響力のある店長が、「関係の質」・「思考の質」・「行動の質」において、どのような言動・行動をとっているか、「業績の良い店舗」と「業績の悪い店舗」の両方の店長を詳細に調査した上で、比較・分析を行います。

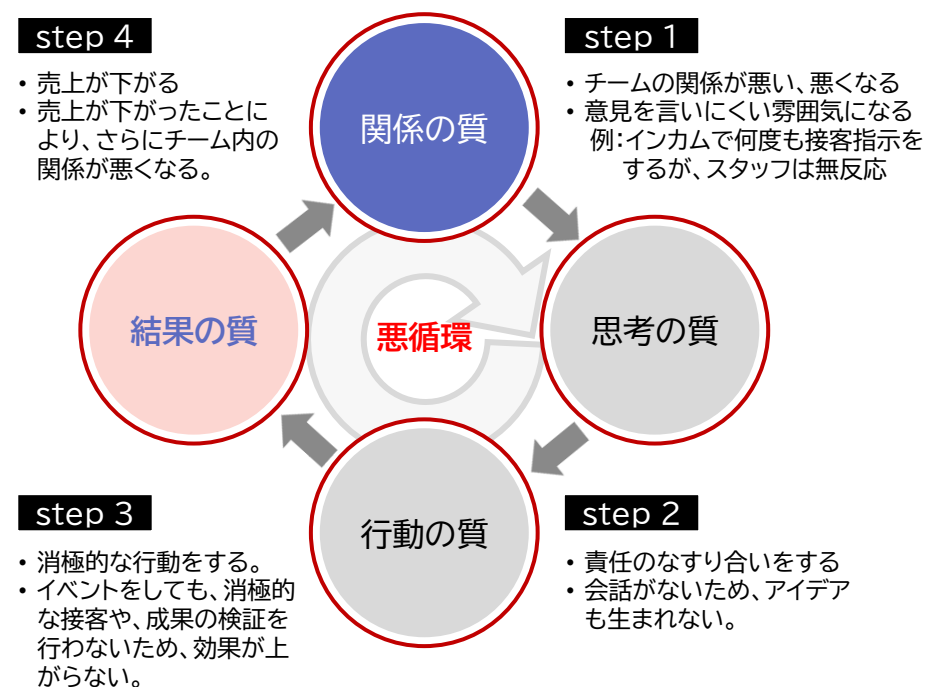
## 業績の良い A店の組織状態



### 組織の成功循環モデル

(MIT教授 ダニエル・キム)

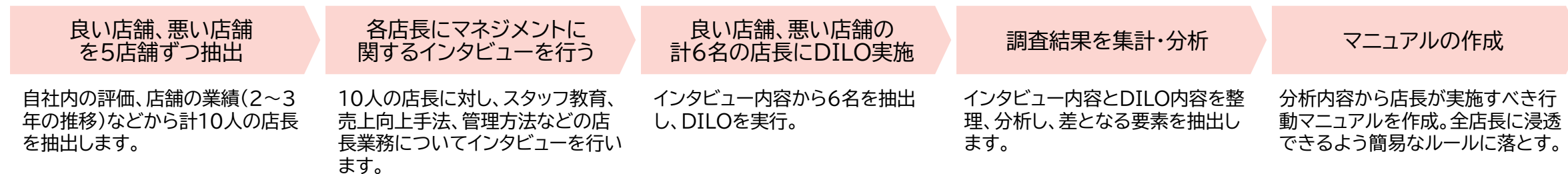
## 業績の悪い B店の組織状態



一見遠回りに見えるが、チームで協力し合い、信頼できる体制にすること(関係の質の改善)が、思考・行動の改善につながり、結果として、売上が向上することになる。

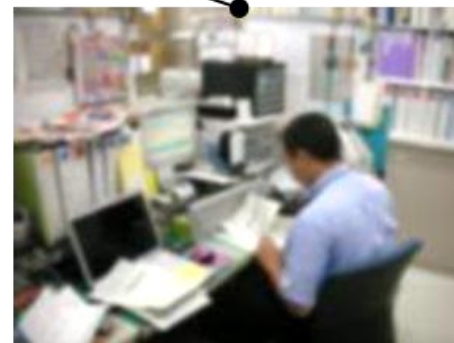
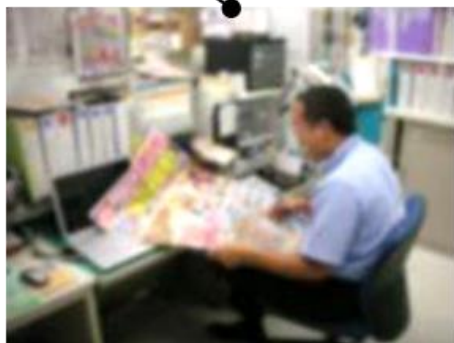
# ベストプラクティス分析の進め方

分析の中心は、インタビューとDILOです。約1ヶ月かけて「DILO分析結果」と「店長の行動マニュアル」をまとめます。



## 某小売業のDILO例

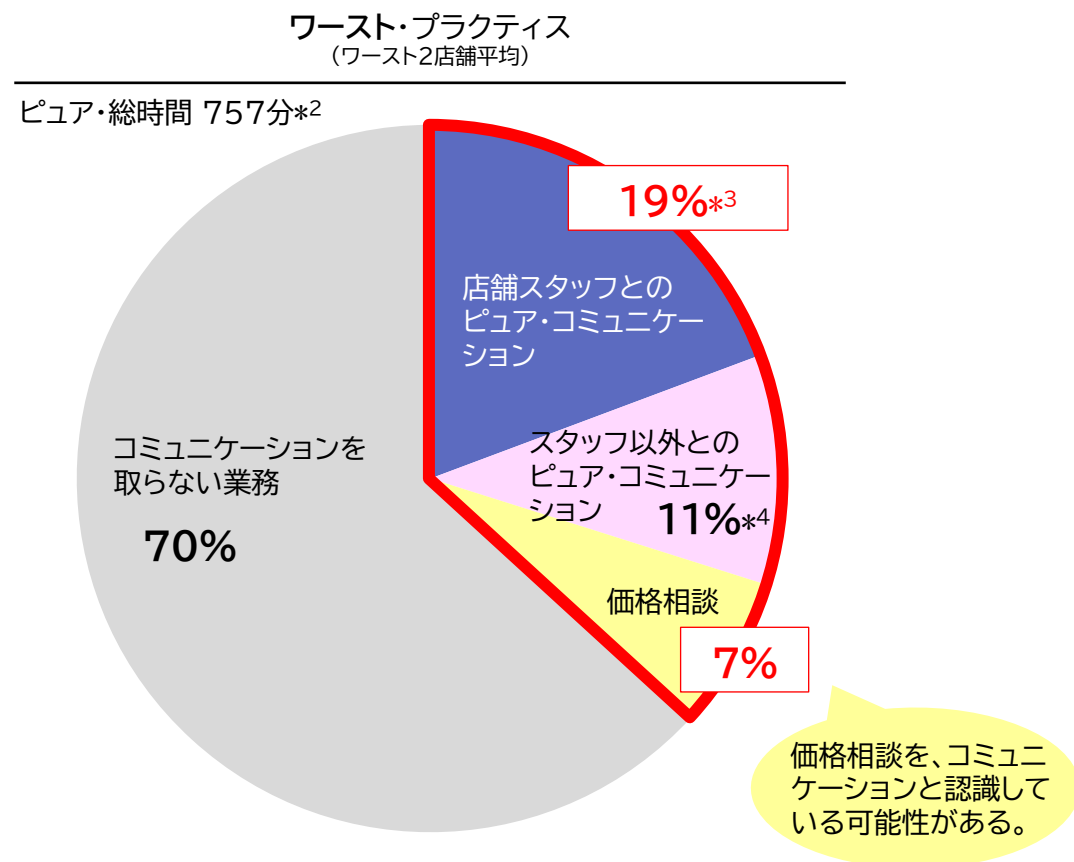
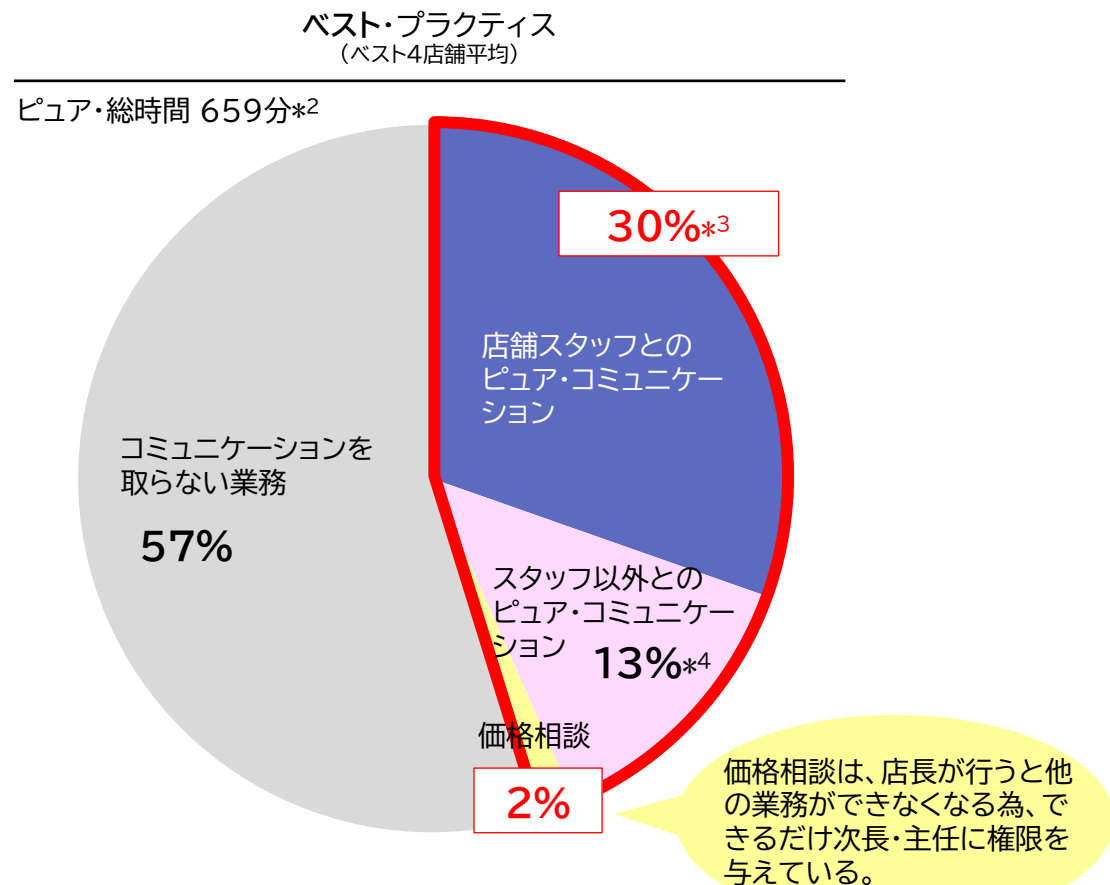
1日の流れ(13時間35分)



# [某小売業A社での実施結果] コミュニケーションの量の比較

コミュニケーション時間では明らかな差が出ており、価格相談等の必要不可欠なコミュニケーションを除くと、ベスト店長30%、ワースト店長19%と、1.5倍もの差が生じた。

このコミュニケーションの量が、店長とスタッフの良好な関係性に影響を与えていると推測される。



\*2 : 出社から退社の時間からMTG、朝礼、電話、プロレド等との会話等を抜いた時間

\*3 : 価格相談以外で、次長、社員、パート・アルバイト、ヘルパーと直接話した時間

\*4 : 接客、本部や配送業者他とのコミュニケーション

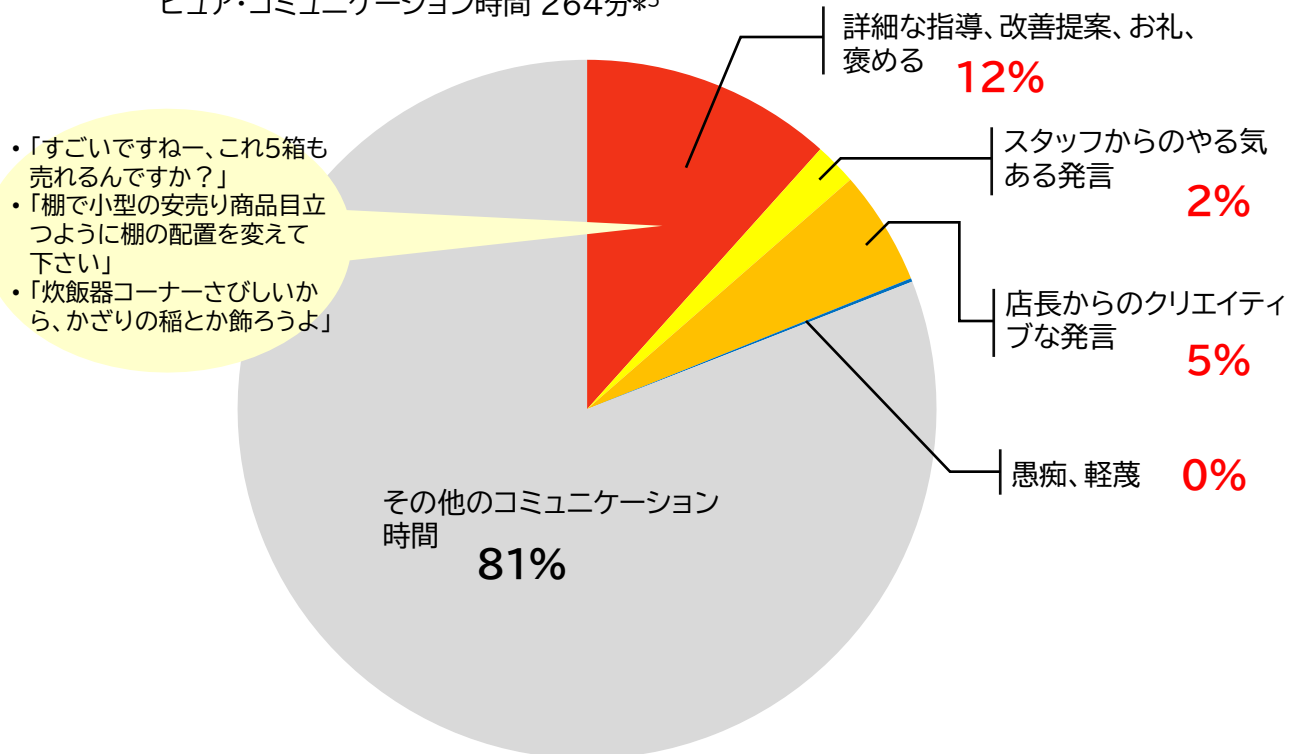
# [某小売業A社での実施結果] コミュニケーションの質の比較

コミュニケーションの中身に関しても、指導やお礼、褒める、やる気ある発言、クリエイティブな発言がベスト店の19%に対し、ワースト店では11%と少なく、逆に愚痴や軽蔑の言葉がワースト店は5%も存在した。

このコミュニケーションの質に関しても、店長とスタッフの良好な関係性に影響を与えていると考える。

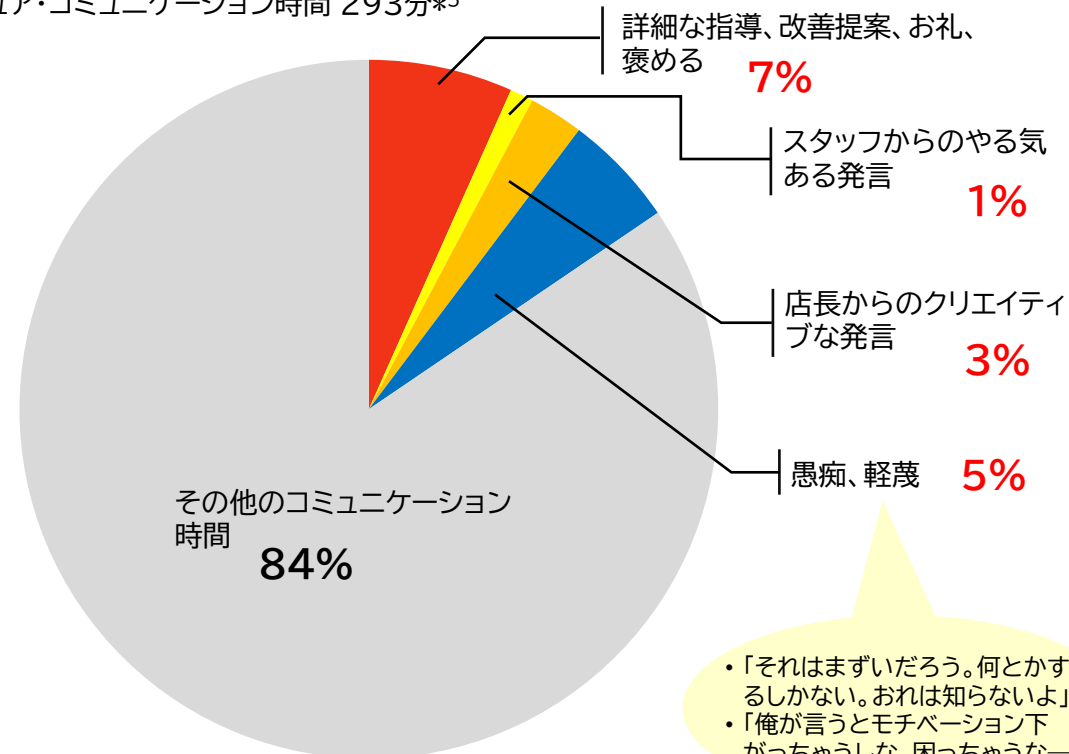
ベスト・プラクティス  
(ベスト4店舗平均)

ピュア・コミュニケーション時間 264分\*5



ワースト・プラクティス  
(ワースト2店舗平均)

ピュア・コミュニケーション時間 293分\*5

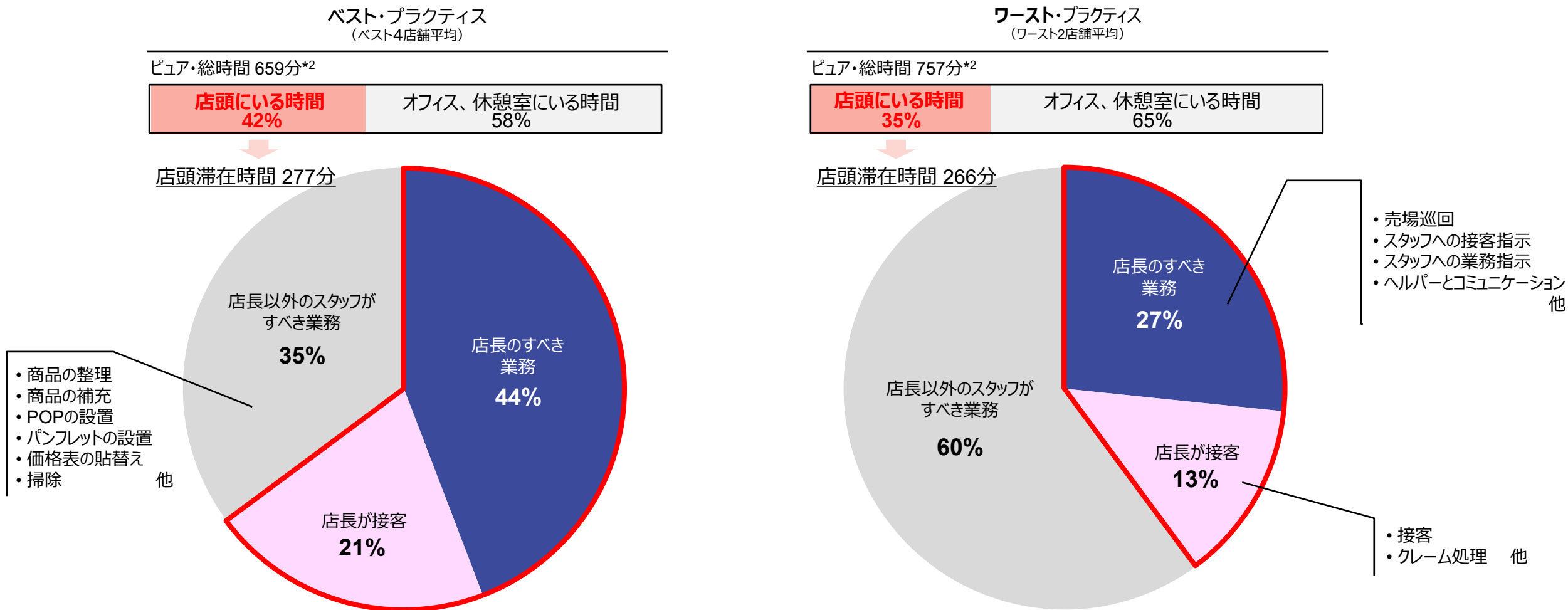


\*5:全コミュニケーション時間より、MTG、朝礼、電話、プロレド等との会話等を抜いた時間

# 【某小売業A社での実施結果】店長がすべき業務量の比較

ベスト店長は店長のすべき業務に時間を使っており、ワースト店長はその時間が少ない。

ワースト店長はスタッフに任せられる業務を店長が行っている故に、スタッフの育成にもつながらない悪循環と推測される。



\*2: 出社から退社の時間からMTG、朝礼、電話、プロレド等との会話等を抜いた時間

# [参考] 某小売業B社の事例

下記事例のように、プロレド・パートナーズにて実施支援することも可能です。

現状の課題等もお気軽に御相談下さい。

## ■課題

- 全国に2,500ある店舗の売上が、店舗によって大きく差があり、売上不振店の業績を上げたい。

## ■分析手法

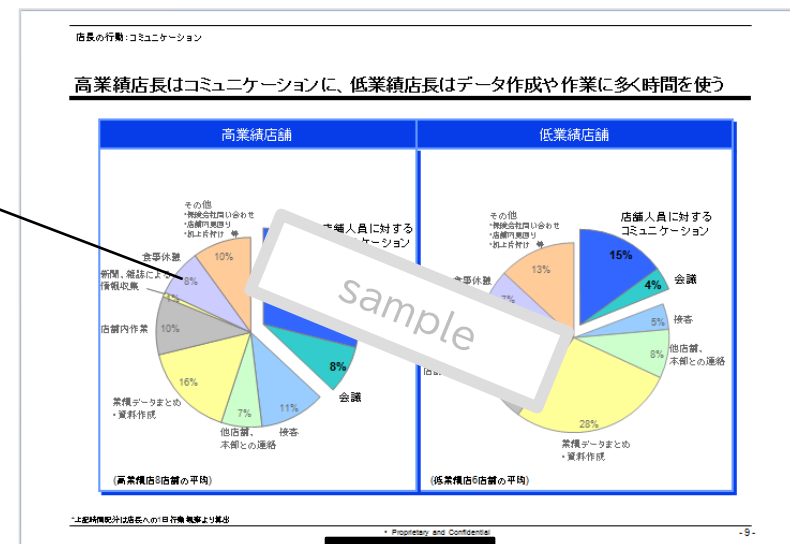
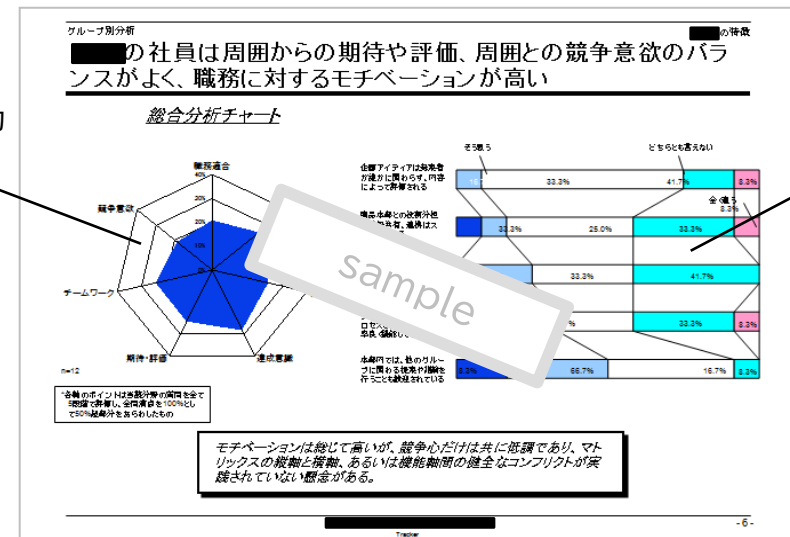
- 各店舗の営業効率のバラツキが生じる理由を徹底的に分析するため、販売現場におけるインタビューや行動観察を実施。
- 高業績店舗と低業績店舗をあらゆる角度から比較することで、業績に関する根本的要因を解明。
- 売上UPには、営業マンのレベル向上だけでなく、店長のマネジメントレベルの向上が不可欠だと判明。

## ■施策

- 高業績店長の行動をプログラム化し、全国の店舗で行動改革プログラムを実施。

## ■結果

- 営業マン1人当たりの販売数、および1件当たりの収益は大きく伸びた。



# 取引先企業

## 取引先企業

(株)すかいらく / (株)あきんどスシロー / (株)コメダ  
(株)ドミノ・ピザ・ジャパン / (株)ベルク / マックスバリュグループ  
イオンマーケット(株) / (株)ヨーク / (株)ローソン  
(株)ミニストップ / (株)ファミリーマート / (株)サンドラッグ  
(株)成城石井 / (株)オートバックスセブン / (株)メガスポーツ  
(株)ムラサキスポーツ / DCMホールディングス(株)  
(株)ジョイフル本田 / (株)カインズ / (株)ビックカメラ / (株)キタムラ  
(株)プレナス / (株)AOKIホールディングス / イトキン(株)  
(株)日本旅行 / (株)星野リゾート / ワタベウェディング(株)  
(株)バンダイナムコHD / (株)タイトー / (株)ヤナセ / (株)ツクイ  
(株)スタッフサービス / (株)日立製作所 / (株)リコー / YKKグループ (株)  
日本板硝子(株) / フジテック(株) / 小林製薬(株) / 大幸薬品(株)  
キッセイ薬品工業(株) / 三菱鉛筆(株) / (株)タニタ / カルビー(株)  
ミネバアミツミ(株) / DMG森精機 / (株)日本エア・リキード(株)  
ENEOS(株) / (株)ジャパンディスプレイ / コニカミノルタ(株) /  
日本化薬(株) / (株)フジテレビジョン / 日本テレビグループ他



# 会社概要



**会社名:** 株式会社プロレド・パートナーズ  
東証プライム(証券コード7034)

**代表取締役:** 佐谷 進

**創業:** 2009年12月

**資本金:** 10百万円(2023年3月1日時点)

**従業員数:** 217名(2023年3月1日時点)

**所在地(本社):** 東京都港区芝公園1-1-1 住友不動産御成門タワー 7F

**事業内容:** 経営コンサルティング

Pro-Signの開発

自治体向けPFS・SIB

**企業サイト:** <https://www.prored-p.com/>

# 会社概要

リリース1ヶ月導入企業100社突破！

## Pro-Signへお問い合わせ



・公式サイト  
<https://pro-signcre.jp/>



まずは気軽にご相談ください

・問い合わせ・申し込みフォーム  
<https://pro-signcre.jp/contact>

・電話番号  
**03-6435-6581** ※平日10～18時

