

(株)プロレド・パートナーズ(東京都港区芝大門1-10-11、☎03-6435-6581)は3月26日、京急第2ビルA P品川 Eルーム(東京都港区)で「第1回店舗開発プロフェッショナルセミナー」を開催した。出店加速企業の開発部長がパネルディスカッション形式で、年間100店以上出店した成功ノウハウなどを講演し、出席者からも多くの質問が挙がるなど盛況のうちに終了した。

同セミナーでは、パネルディスカッション形式で、①出店を成功させるための情報収集、②他社と競合した場合の負けない交渉術、③企業規模に応じた出店戦略などを講演した。

パネリストは、(株)あきんどスシロー 開発部長 小林勲氏、(株)イー・ピーカンパニー 店舗開発部長 宇野直助氏、(株)らく 開発部長 今井正樹氏の3人。コーディネ

プロレド・パートナーズ

第1回店舗開発セミナー

出店加速企業3社が講演



左から今井正樹氏、宇野直助氏、小林勲氏

ーターは、主催のプロレド・パートナーズ 代表パートナー 佐谷進氏が務めた。

①では、今井氏は「月3000件ほどの不動産情報を収集し、その中から月10店ほど出店している。当社はセラピストを8000人抱えており、セラピストからも出店予定地の物件情報を募集している。出店の意思決定が早く、最速で3週間でオープンしたこともある」とセラピストを活用した情報収集術を明かした。

宇野氏は「月7000〜9000件の物件情報を収集して、欲しいと思う物件は20〜30件、その中から内覧する物件は8〜10件とかなり精査している。主にビルインを

探しているが、出店における一番の優先事項は立地だ。スピードを重視し、物件の発掘から22日目で契約したことがある。物件情報が出てくると、不動産業者からの情報を持つのではなく、自ら法務局で謄本を上げて家主に飛び込む」とし、「また、商店街を歩いて八百屋で情報交換するなど時間の使い方を工夫している」と述べる。

②では、今井氏は「7〜8割は他社と競合する。競合する場合は、オーナーに挨拶に行き、マッサージの魅力やセラピストの雇用が地域貢献することを伝える。競合先はCVSや飲食店、歯科医院など出店が多く、条件面で良い条件を提示することに加え、競合が出店した場合の撤退リスクを説明し、契約につなげている」という。

小林氏は「同業他社やDgsなどの競合が多い。出店交渉に関しては、基本的にオーナーとの二

人三脚であり、一方通行になってはいけない。スシローを選んでもらうことが大事だ。私がスシローで間違いない他社に勝てると感じているのは衛生管理である。15分刻みにアルコール消毒を徹底している。ここで食事ができたら最高だと感じ、従業員に家族を連れてくるかと聞けば、皆よく連れてくると答える。これが店づくりの最高のバロメーターだと思つたので、出店時にオーナーにはしっかり伝えるようにしている」と自社の強みを語った。

③では、宇野氏は「出店時に売り上げ予測のシステムは使っていない。弊社の業態は客単価4000円という他社より高い単価なので、他社の売り上げは参考にすが頼りすぎないようにしている。それよりも、店舗が流行る理由を知っているのはその地域の人の人で、近隣マンションを訪ねてどういった遊びをして

いるかなど、足を使って聞いて回ることが大切だ」とシステムに頼らない独自のスタイルを語った。

小林氏は、「出店戦略として、はじめに全国にどれくらい出店余力があるか全部地図に落とし込んだ。その上で、年間出店数を決め、人員配置を行っている。競合他社の出店しているところから発出する際は、優位なロケーションでない出店しない考えだ」と出店方針を語る。

同氏は最後に開発で大事にしていることとして「全国を知る開発担当を育成したい。前職のトリドールでは7人を育てることができた。スシローでも全国を網羅した出店戦略が組めるような人材を育成し、スシローで開発をやっていて良かったと思ってもらえるようにしたい。それが会社の成長にもつながる」と述べた。