

～会社の方針・店舗の実力を鑑みた～ 3番店、4番店の業績アップのポイント

グローバルアミューズメント株式会社
代表取締役 青山 真将樹

Hondaのマーケティングプロジェクトリーダーとして新商品の開発企画に従事。
企画商品は「日本カーオブザイヤー」、「日経新聞大賞」など各賞を獲得。
2007年、とあるコンサル会社に入社。在籍6年9か月で4度の
「年間最多コンサルティング受注」を獲得、現役最強トップコンサルタントとして
突出した存在となる。2013年12月、パチンコ・パチスロの機械評価・市場分析に
特化した、コンサル&シンクタンク会社グローバルアミューズメント株式会社を設立。
現在、ホール&メーカー双方から支持される業界唯一のコンサルタントであり経営者。



皆様、こんにちは。グローバルアミューズメント株式会社 代表取締役 青山真将樹
です。本日も営業関連の考察記事をご提供させて頂きます。今回は「3番店、
4番店の業績アップのポイント」について私としての見解をお伝えさせて頂きます。
3番店、4番店の店長をはじめ、社長・部長・エリア長の皆様もしっかりとお読みください
よろしくお申し込み申し上げます。

■現状、新台戦略は上位店が圧倒的優位!! 3～4番 店施策は「店舗努力型」・「会社協力型」の2つ。

本日の記事のポイントは以下3点です。

- ① 部品不足による人気新台供給数減により人気機種は上位店に多く設置される状況が続く。新台戦略で3～4番店が業績アップするのは非常に難しい状況。
- ② 3～4番店は基本は「店舗努力型施策」で業績下げどめ
→ 微増に取り組む。
- ③ 会社に余力があれば「会社協力型施策」で業績改善にチャレンジ。

3～4番店の業績アップ施策は大きく以下に2分類されます。

【店舗努力型 3～4番店業績アップ施策】

- ① 脇役機種(1～2台機種)利益性能把握の精度アップ。
→ 脇役機種を適当に選ばない。良粗利担当機種の継続導入。
- ② 低玉活用を想定した新台選定の継続
→ 店内長期設置を考慮した機械投資の継続。3～4番店は低玉比率が高い店舗が多いので特に重要。
- ③ 低玉部門機種構成の品質アップ
→ ダイナム型(詳細は勉強会で説明したので割愛)の低玉機種構成がおススメ。

特殊なケースを除き、3～4番店が業績アップを実現できる「店舗努力型施策」は脇役機種・低玉施策などの細かな施策が主です。「新台の穴台狙い」は全方位買っている上位店の方が優位で差別化になりません。単価が低いので後回しにする法人様もいますが3～4番店が店舗努力で業績を上げるには低玉部門施策は実現性が高いと考えています。

【会社協力型 3～4番店業績アップ施策】

- ① 4円、20円などの高単価比率アップ
→ 稼働は伸びないが売上増はできるケース。売上増を利益率低下に結びつけられた場合長期的には稼働も戻せる可能性有。
- ② 定番機種 中古後追い導入。
→ 100万円を超えないうちに導入できたらベスト。

上記のように「事業計画の変更に直結する」・「機械代に直結する」ような施策は会社の理解と協力を得て実践する施策です。短くても半年～1年ぐらいは結果が出るまで我慢が必要ですので経営者を含めてしっかりと話し合ってから着手したい施策です。3～4番店は店舗運営として最も力量が問われる店格。店長さんの「組織人としてのレベル」も問われます。「会社の方針」と「店舗の実力」を鑑みながら粘り強く業績アップ施策に着手してください。本日も最後までお読み頂きありがとうございました。