

Q コロナ禍により、店舗の売れ筋商品が変わりました。今後の方針をどう考えたら良いでしょうか。

A 新型コロナウイルスの流行以来、生活パターンが大きく変化しています。経営相談の中でも、元に戻るのか、さらに変わるのか、よく尋ねられます。事業環境の不確実性が高まる中、今後の方針を考える上で、まずは自社の事業や店舗のコンセプトを見直すことをお奨めします。

品、サービスの特質を短く分

その「価値」がコンセプトのキーワードです。さらに、③いつ(営業日、営業時間)、④どこで(店舗の立地、商圏)、⑤誰が(店舗数、従業員)、⑥いくらで(価格、寄単価)、⑦どのように(販売方法)売ってきたのかも、併せて整理します。

また、伝え方にも工夫を凝らす必要があります。コンセプトを創る時には想像力も必要です。明るい未来は、過去と現在の延長上に見えるとは限りません。売れた商品も、次の需要は数年後かも知れません。お客さまの潜在的なニーズや、自社の強みを生かした新商品や新サービスなど、幅広くアイデアを出しましょう。困った時や迷った時は、幹部社員や取引先などの関係者、支援機関、税務・会計顧問、中小企業診断士などにアドバイスを求めることをお奨めします。

コンセプト見直しを

返る「こと。従来の市場を5

次のステップ2は、現在の

「加える」、(E)別の業態や

コンセプトとは、企業や商

W2Hで整理してみましょ

市場を「感じる」ことです。

ビジネスモデルに「移る」、

①誰に(主なお客様の性別、年代、職業など)、②何を(主な商品、サービス)が

どれが妥当かは、商品業種、立地、競合先などの条件によって異なります。

最も重要です。なぜなら、商

品が減少した商品や、衛生用品

品が売れ筋になった理由は、

のように拡大した商品がない

最後のステップ4は、生き

お客さまが他社や他の商品・

変化や、新しいお客さまの来

して、具体化したコンセプト

サービスにはない「価値」を

店はないか、チェックします。

お客さまにきちんと伝わる

感じて、満足されたからです。

接触抑制のために、運用を委

104

中小企業 診断士による 経営 Q&A