

当社のサービスとお奨めしたい研修例のご紹介

代表紹介

横井 英昭 (よこいひであき) 関西外国語大学卒後、(株)オートボックスセブン入社、以来、マーチャンダイジング、営業企画、経営企画、新規事業開発等の職務を経験。2000年よりオートボックスセブン取締役。2003年取締役兼エクゼクティブオフィサー。この間、マーチャンダイジング、マーケティング、新規事業開発、人事、企業風土改革などを担当、それらの経験から経営戦略全般、チェンストア理論、マーケティング。マーチャンダイジング理論と実務に詳しい、人事制度改革、組織改革、教育システム改革、企業文化の意図的醸成などの分野に精通。欧米視察研究ツアーの事務局長、団長等を30年に渡って担当、欧米の流通事情にも詳しい。2006年より(株)カーライフ総合研究所代表取締役、オートボックスグループの教育、コンサルテーションおよびグループ外の複数の上場企業のコンサルティングを手がける。2008年 オートボックスセブン顧問 2009年 欧州復興開発銀行 (EBRD) TAMプログラム シニアアドバイザー、2010年 船井総合研究所 客員コンサルタント 現在に至る

① ミッション、ビジョンの策定支援

企業の規模、業態にかかわらず経営にとって最も重要なのはビジョン(目標)とミッション(目的)です。これらは企業経営の駆動機(エンジン)であり、方向舵(ハンドル)です。これらが明確になっていないと経営は漂流します。これらの策定支援を通じて企業経営をあるべき軌道に乗せるお手伝いを行います。

② 経営戦略、経営計画の策定と実行支援、

経営戦略は正確な市場、競合等の環境分析とヒト、モノ、カネの経営資源の分析、評価を通じて初めて策定が可能になります。更に経営戦略をブレークダウン、課題化し、これに数値目標と達成期日を加えることで実現性の高い経営計画の策定が可能になります。当社はこれら経営戦略、経営計画の策定を支援します。

③ マーチャンダイジング政策策定と売り場づくり支援

経営戦略の主たる部分は商品政策、売り場政策にあります。現状の売り場や商品政策の問題点、改善点を抽出し、売れる売り場づくり、あるべき商品政策の策定、実行を支援します。

④ サービス政策の策定支援

顧客サービスに優れた企業には共通点があります。それは自己を「何屋」=売っている商品を通じた自己定義ではなく、●●を売っている「サービス業」とサービス業であることを自己定義の中核にしている事です。豊富な事例から貴社のあるべきサービス政策の策定と実行を支援します。

⑤ マーケティング政策策定の支援

マーケティングとは単に広告宣伝やブランディングを意味しません。ここでのマーケティングとは市場とフォーマットの最適化を指します。正しい商圏、正しい立地に、正しいフォーマットで出店する事が、チェンストア経営において最も重要な政策テーマです。③のマーチャンダイジング、売り場づくりも重要ですが、これは戦術的課題で、商圏、立地、フォーマットの最適化は戦略的な課題です。数値解析を通じて自社にとって正しい商圏、正しい立地、正しいフォーマットを明らかにし、これを通じて経営計画の実現性を高めます。

⑥ 新店出店の立地判定、経営計画策定支援

⑤で得たデータを活用し、新規出店の立地判定と出店時の経営計画の策定を支援します。また現状の出店審議のプロセスを評価し、あるべき出店審議プロセスを提案します。

⑦ 競合店調査と対策立案

貴社の競合対策を支援します。戦略、戦術視点で競合店調査の手法を解説し、必要に応じて調査を実施します。調査結果の分析から自社の強み、弱みを明らかにし、対策を立案、更に競合対策の実行支援を行います。

⑧ ベストプラクティスの発見と水平展開支援

自社内で行われている隠れたベストプラクティスを主要経営数値の解析から発見し、これを「見える化」、更にルール化、政策化する事を通じて、ベストプラクティスの水平展開(社内共有)をサポートします。

⑨ 人事評価、人材アセスメントの構築支援

人の評価を1)態度要件、2)能力要件、3)知識、技能要件の3つの側面から行い、これを人事評価とアセスメントに展開します。1)態度要件とは仕事に臨む心構えや姿勢、行動などを指します。2)能力要件とは仕事を進める上で必要な基本的能力を体系化したものです。3)知識技能とは仕事を進める上で必要な知識や技能を要件化、体系化したものです。これらを人事評価やアセスメントに機能させることで人材育成が出来る仕組みを構築します。

⑩ 教育制度設計と教育活動支援

上記の3要件を高めるための教育制度の設計と社内教育活動支援を行います。また上の9つのテーマに関連した各種勉強会を企画、提案、実施します。国内の優良企業のクリニック勉強会や米回流通業、優良企業の視察勉強会などは特に好評を頂いています。更に現状の課題克服を考える前提となる貴社向けオリジナル勉強会を企画、コーディネイト、実施します。

当社が提供するサービス、ソリューション一覧

推薦の言葉 推薦者の肩書は2012年4月現在のものです

「横井さんの勉強会を推薦します。」

船井オートボックスセブン
名誉副会長 住野 正男



横井英昭さんはオートボックスセブンの元取締役で、当社には大卒定期採用で入社、以来三十数年、今日のオートボックスの発展成長の良き協力者であり、貢献者でもあります。彼は昨年本人の願望もあり、経営コンサルタントとして独立し、オートボックスグループや他の流通業へのコンサルティングを始めました。彼には下記の優れた体験、実績があります。きっとこれからの時流大変化の時代にマッチした指導をしてくれるものと思います。研修会、勉強会に参加し、指導内容を素直に実践する事で、益々厳しくなる市場環境の中で勝ち組として生き残り、また人間的にも成長し、それぞれの企業の限りなき成長に経営者の皆さん自身が貢献される事を期待致しております。

記
横井さんは、我が国の流通業コンサルタントの第一人者、船井総合研究所の創始者である船井幸雄先生の薫陶を永年受け、実現し、実績を上げて来た。横井さんは現船井総合研究所会長の小山政彦先生も信頼する一番化マーチャンダイジングのノウハウを体得者であり、実績もある人財である。横井さんは世界最大の経済大國アメリカのチェンストア理論をベースに我が国の大手流通業のトップを指導された日本771デパートセンター、ベガスクラブの創始者である塚本俊一先生のチェンストア理論にも詳しい、実践者である。横井さんはオートボックスの創業者住野政彦氏の経営哲学の遵奉者であり、甲田流西武健康法の指導者でもあり、文武両道の達人である。

「横井さんの勉強会への参加をお薦めします。」

船井総合研究所
会長 小山政彦



横井さんとは30年来のお付き合いになります。私が入社以来コンサルタントとして関わった人たちの中には、小山(ノウハウ)を上手に社内に翻訳、展開して下さった恩人がいます。横井さんもそのお一人です。オートボックスさんとの付き合いは私にとっても良い成功体験になりましたが、横井さん無しにはお付き合い当初635億円ぐらいだった年商を2800億円(私の副社長時)にするまでのお手伝いは出来なかったでしょう。私自身も尊敬し、感謝している方です。昨年、その彼が独立すると聞き、早速船井総研に招いて頂いたのですが、彼の希望で客員コンサルタントとして活躍してもらうことになりました。横井さんは小山流経営法や船井流経営法だけでなくチェンストア理論や各種経営法に精通しており、その上実務経験も豊富で、皆さんのお役に立てる方です。きっと皆様の信頼できるアドバイザー、相談相手になることでしょう。私も全面的に彼の応援をする気持ちです。皆さんのご参加を是非お勧めするものです。

お奨め研修例 マーチャンダイジングとサービスの原則を学ぶ

九州地区クリニックツアー

～九州のモデル事例に学ぶ2日間コース～

日程	時間	エリア	交通	視察先
第1日	12:00～			福岡空港集合 出発 ●AB熊本浜線 SA熊本東バイパス ●菊陽エリア ユメタウン ダイソー ●ドンキホーテ菊陽店～ディスカウントドラッグコスモス津久礼店 ●ハンズマン菊陽店 ●AB大宰府大佐野店 ●春日地区 ルミエール ハローディー (志免店) ●スーパーオートバックス大野城店 まとめセミナー (南日本営業本部) 終了後 解散
第2日		福岡	専用 バス	
	～17:00			

◆大好評を頂いている参加者の声◆

これ程、胸に響いた研修は今までになかったです。今までに参加した研修の中で、一番勉強になりました！サービス業としての在り方、使命感を再度見つめ直す機会となりました。

講義を聴講し、興奮したのはもちろんのこと、これからの自分の使命にわくわくしています。改めて小売業としての原点とも言うべきものを学びました。今までのモヤモヤが吹き飛びました。やるべきことがハッキリわかりました。

大変勉強になりました。過去受けた研修や業務での指導や経験による、講義内容と同様の知識は持ち合わせていたつもりでしたが、自身の知識・見識の不十分さ、人に伝える為の根拠、事例、検証の不足を痛感しました。

最近の自社の売場を見るにつけ「本当にこれでいいのか？」と思い悩んでいた心のもやもやは晴れ、又、その理由も良くわかり、これから何をすべきかについて大きな光を頂けた気持ちです。

今までも色々な研修に参加してきましたが、これ程の感動はありませんでした。これまで一体何をしていたのかと、情けない気持ちにもなりました。すぐ出来る事から考え行動していきます。ますます聞きたい事、知りたい事が増えてきました。

今回の研修ではビジュアルマーチャンダイジングや売り場改革の考え方などすぐに実践できるものから、使命感や生き方までを考えさせられました。非常に参考になり、心に響くものでした。

今回の研修は話題の店舗や企業を見、各社の経営者の思いや経営スタイルも把握することが出来、本当に有意義でした。今回聞いたマーチャンダイジング原則を実際に取り入れて行きたいと思います。加えて、参加された皆さんと交流が図れたことも大きな成果でした。

売り場視察だけでなく経営方針なども解説頂いて、今後仕事をしていく上での幅をさらに広げさせてくれる研修内容でした。更に学ぶことができました。今後の仕事に確実に活かせる研修でした。ありがとうございました。

本当に勉強になりました。前年の勉強内容では、データでの弱点、長所の把握から対策を始める必要性が理解できました。勉強になったことが沢山ありすぎて困っていますが、出来ることから改善に取り組みます。

商売で大事なものはお客様に感動を与える事である。今日聞いたお話は普段聞けない話でこういう勉強会こそ必要だと感じました。

売り場づくりに関して、国内だけではなく 海外の素晴らしい売場事例を紹介頂き大変参考になりました。また実際にどのようにすればどのような効果 (実績) が上がるかなどの理論や考え方も良く理解する事が出来ました。早速店舗へ帰って取り組みを進めます。

私自身が 勉強会で特に感銘を受けたのは 成功企業や経営者の理念や考え方です。サービスが何のためのものかという本質も理解できました。今後お客様に満足していただけるような店作りやスタッフの育成、自己成長に心がけていきます。

勉強会ではたくさんの方を学びましたが、一番印象的なのは「お金のために仕事するのではなく自己の成長の為に仕事をする」ということです。家庭を持ち家族を養っていく為に仕事をしたい自分や仕事をしたい自分を情けなく思いました。読んでおくべき書籍を何冊か教えて頂きましたので、早速読まねばならないと痛感しました。

今までこのような本格的な売り場づくりの勉強会に参加したことがなく、どのように取り組んだら良いのか、不安でしたが教えて頂いた売り場構成の考え方、原則、見せる売り場づくり、サブリミナル効果、などは全部興味深く、面白く受講できました。

教えて頂いたのは参考になる事ばかりだと思いました。沢山のヒントを頂けたと思いますので、今日の内容を活用し、実践していきたいと思えます。

ビジュアルマーチャンダイジングの重要性を再度確認できて非常に良かったと思います。視覚から入る情報が如何に大事かが良く判りました。いろいろな事例や背景の理論を勉強できた学びの多い研修でした。

2年前に受けたアドバイスを早速実行に移したところすぐ成果が出ました。報告とお礼が遅れてしまい申し訳ありません。今日のお話も大変参考になり、勉強になりました。今後やるべきことがはっきりしました。

忘れていた仕事へのワクワク感を思い出すことができました。この感覚を忘れずに仕事に取り組んでいきます。

大変興味深いお話を有難うございました。ビジュアルマーチャンダイジングの必要性と進め方がよく理解できました。また本日の勉強会で一番感動を覚えたのは、後半の「本格的なサービス対策」のお話で、色々な会社の事例に感銘を受けました。

勉強会では自分自身の仕事への取り組み姿勢という点で考えさせられました。自分自身の指針となるお話を沢山聞いて本当に良かったです。今日を契機に自分自身を磨いていきます。

研修では当社社員がお世話になりました。戻ってきた彼らは普段よりも目の輝きが増しており、活き活きとしており、仕事に対するやる気もみなぎっているように感じました。研修中は直接色々お話しも頂いたようで、本人達も喜んでいました。(研修派遣元経営者)

参加者の感想を聞きましたが、非常に勉強になり、講話には感動したと熱く語ってくれました。(研修派遣元経営者)



ハンズマン 菊陽店
最大規模の旗艦店である菊陽店。世界最高水準のビジュアルマーチャンダイジングを見、感じ、売り場づくりの原則と応用を学びます。



ドン・キホーテ 菊陽店
最適なセールスマックスの追求で最高益を更新しているドン・キホーテの新店からその売り場づくりを学びます。



ルミエール 春日店
各地で既存スーパーマーケットの業績を脅かす食品ディスカウントストアの中で評価が高いルミエール。ハローディーの真向かいに出店している春日店を見ます。



ハローディー 志免店 春日店
「日本一働き甲斐のあるスーパー」が目標、ユニークな経営で日本一視察の多いスーパーと言われるハローディーの売り場づくりとその経営を学びます。



福岡エリア オートバックス店舗
スーパーオートバックス大野城御堂川店 オートバックス 大宰府大佐野店
ビジュアルマーチャンダイジングに取り組んでいる両店の売り場からその進め方を学びます。



熊本エリア オートバックス店舗
スーパーオートバックス熊本東バイパス オートバックス熊本浜線
昨年3月改装した熊本東バイパス店の改装事例から売り場改装のあるべき姿を考えます
全国有数の優良店、熊本浜線も売り上げ減少に直面しています。現場でその対策を考えます。

ダイソー ユメタウンサンビアン店
2012年大阪心斎橋に開店した西日本旗艦店。これを起点に展開を進めている女性向け売り場であるサンビアン店から女性向け売場の構成を考えます。



ディスカウントドラッグ コスモス 津久礼店
九州拠点を関西地区まで550店を展開するドラッグストアコスモス。その特徴ある売り場展開を学びます。

今、経営に必要な情報と原則を集中学習する アメリカ西海岸クリニックスツアー

～ラスベガス、シアトル7日間コース～



ザッポス
靴のオンライン販売No1企業。
靴のオンライン販売はアマゾンCEOのジェフベゾスが注目するところとなり、経営陣や経営方針はそのままにアマゾンの傘下にそのユニークな経営はアマゾンCEOのジェフベゾスが注目するところとなり、経営陣や経営方針はそのままにアマゾンの傘下に入ったザッポス。そのラスベガスの本社を訪ね、その経営思想と独特かつ合理的な経営法を現場で学びます

主な視察先と見どころ



ウィンコ フード
ウォルマートを圧倒する売り場とマーチャンダイジング。その強さの源泉は従業員が所有し、経営するビジネスモデルにあります



クローガー
低コスト体質と優れたマーチャンダイジングで唯一ウォルマートに対抗出来る従来型スーパーに学びます



ホールフーズマーケット
世界最大の自然食品スーパー。ロハスライフスタイルの啓もうを使命とするミッションドリブンカンパニーに学びます

トレーダージョーズ
高品質と低価格を両立したPB商品を圧倒的の人気。小型スーパーマーケットSMの新しいビジネスモデルを学びます

パイプブレイス フィッシュマーケット
シアトルの公設市場にある世界的に有名な鮮魚店。そこの取り組みはビデオや書籍になり、6000社以上の企業、組織がその経営法を学んでいます



ベッド&ビヨンド
優れたマーチャンダイジングで好調を続ける家庭用品チェーン。特にそのビジュアルマーチャンダイジングは圧巻です

ターゲット
ウォルマートのライバル、第2位のDCCチェーン。ウォルマートとの棲み分け戦略と原則通りのチェーンストアマネージメントを学びます



スターバックス
スターバックス精神の原点、一号店を訪ね、スターバックスのユニークな経営思想「効率とロマンチックの両立」を考え、学びます



ウォルマート
世界最大の小売業。創業の精神から高度なサプライチェーンを構築した現在の戦略まで広く、深く解説します



ノードストローム
伝説のサービスで著名な高級デパート、ノードストローム本店を訪ね、優れたサービスを提供するための条件を考えます



サウスウェストエアライン
世界初のLCC。低価格とすぐれたサービスを両立させるサウスウェストのユニークな経営はあらゆる業種、企業、組織の参考になります



メンズウェアハウス
縮小する市場において、従業員の高いサービス力で成長を続ける紳士服(スーツ)専門店チェーン。そのミッションは教育、人間成長にあります

日程	発着都市	滞在都市	視察 研修テーマ
1日目	成田(関空)ーラスベガス	ラスベガス	ウォルマート 他食品小売業主要チェーン研究 ※オリエンテーションセミナー
2日目		ラスベガス	ショッピングセンター 専門店 その他主要チェーン研究 ※セミナー
3日目		ラスベガス	ザッポス本社訪問 その後、視察先を選んで自由視察
4日目	ラスベガスーシアトル	シアトル	スターバックス一号店、パイプブレイスフィッシュマーケット研究 ※セミナー
5日目		シアトル	視察先を選んで自由視察 ※まとめセミナー
6日目	シアトル発	シアトル	帰国の途へ
7日目	成田(関空)着		着後解散

※上記は最短期間の研修モデルプランで、訪問地、視察先は、ご希望に応じてカスタマイズします

◆大好評を頂いている参加者の声◆

今回の研修は今まで参加したどの研修よりも説得力があり、本当に良い経験となりました。素晴らしい研修に参加させて頂き有難うございました。

入社してから、研修を数多く受けてきましたが、これほど感動したことはありませんでした。この経験で自分の目線や志が大きく変化したように思います。今の職場で仕事ができる事に誇りを持つことが出来ました。

先生の講演は目からウロコの内容が多く、参考になるお話ばかりでした。私は何の為に生まれてきて、何の為に生きて行くのか考えてみました。もっともっと先生のお話を聞きたかったです。

異文化、異業種を現地で、目で見、触って肌で感じ、自分の中で目線や志が大きく変化しました。先生のお話は参考になるお話ばかりでした。熱心なご指導と、心温かいご親切に本当に感謝しております。本当にありがとうございます。

今回の研修は自分のなかで発想の転換期になり、大変良い体験をしたと周りに言いふらかしています。また機会あれば先生の講義を聴きたいです。

研修は1から10まで「Wow!」の連続でした。店に帰ったらやりたい事が頭の中でグルグル渦巻いています。

学んだ多くの事が新鮮で、仕事だけでなくこれからの人生にも参考になる話が聞けました。本当に勉強になりました。先生には多くの事を教えて頂き、心から感謝します。またこの研修に選んでもらった社長にも感謝です。

毎日の先生のお話しが、ものすごく面白くて、講義を聴きながら 自分の改めなければいけない考えや、自分のお店やらなければいけない事が頭にドンドン浮かんできました。とにかくやってみます。 実行して、変わる事が、先生やこの研修に参加させて頂いた社長、会社への恩返しだと思います。

見る物、聴く物、すべてが新鮮で私は、今までにない感動がありました。以前の研修参加者から「仕事観、人生観が変わるよ」と言われていましたが、毎日の視察・講義を受けるうちにその意味が解り、感じられるようになってきました。

入社して10年以上経ちますが、忘れていた初心を思い出すこともできましたし、これまで考えたこともなかった考え方を学ぶことができ、大変有意義な研修でした。

研修はビジュアルマーチャンダイジングや売り場改革の考え方などすぐに実践できるものから、“人生の目標”や“生き方”などを考えさせられるものまで多岐に渡り、非常に勉強になりました。

毎日の研修は人生観が変わるほど非常に濃く、心に響くものでした。今回の研修を受けた我々が会社で変化の波を伝播するキッカケになりたいと思います。生涯が一番貴重な体験をさせて頂き、誠にありがとうございました。

この研修で自分自身の物事の捉え方の改革が出来ました。最初は表面的(目で見ただけ)にしか、捉える事が出来ませんでしたが、講義や資料から、表面と内面の両方から考える事を覚え、本当に必要な事を感じ取れました。今後は今回の研修を活かし自分自身の成長はもとより、部下の育成を図って行きます。

研修では当社の2名が大変お世話になりました。感想を聞いたところ、非常に勉強になり、特に毎日の講話に感動したと語ってくれました。社会から従業員から必要とされる会社、目標とされる会社を創っていけるよう、従業員の心を掴んでいく経営をします。今回参加した彼らが、力になってくれると思います。(派遣元企業 経営者)

研修の帰り、今回の研修の参考図書を読んでいたのですが、研修前はほとんど理解出来なかった内容が帰りの飛行機では、納得できました。この研修で確実に自分がレベルアップしたと思います。

この研修は今後の人生で後から振り返ってターニングポイントになったと思います。毎日の講義の内容は素晴らしいものでした。まだまだ、教えてもらいたいことがたくさんありますので、今後もご指導をお願いします。

これまでの経験では考えられない、経営方針や売場展開など、これから仕事をしていくうえでの幅をさらに広げさせてくれる研修でした。

素晴らしい売り場、レイアウト、商品、サービスを楽しく学ぶことができ、今後の仕事に確実に活かせる研修でした。

多くの気づきのきっかけを貰ったのですが、実際に日本に戻り、店舗に行ったときにどうすればいいのかが正直判らず、迷ってしまいました。でも今日の講義で涙が出そうになりました。やるべきことがハッキリしました。この研修ほど良い研修はなかったです。

1 研修の目的

研修は、以下の目的意識でコンテンツを構成します。

- ① 店長、スーパーバイザー、バイヤーが実務を行うのに必要な基礎的知識や技術を習得することを目的にします。
- ② 勉強、学習の必要性を認識し、勉強好きになり、勉強グセをつけ、参加者の成長志向を高めます。
- ③ モノの見方、考え方を広げ、かつ深め、単に店長、スーパーバイザー、バイヤーに留まらず、商人、ビジネスマン、更に人間として成長するきっかけにします。

2 基本カリキュラム (店長、スーパーバイザー研修) ※貴社ニーズに応じたカスタマイズ、各研修を個別の独立した研修として行う事も出来ます。

研修は以下の4つの主要カリキュラムで構成します。

- ①基礎研修(座学1日)
渥美流チェンストア理論の基礎、船井流経営法の基礎、更に欧米の主要な経営理論から流通業に従事するに当たって知っておくべき知見を体系的に解説します。
 - ②売り場づくり、マーチャンダイジング研修 (座学1日)
売り場づくりとマーチャンダイジングに重点を置いて売り上げ増の「7つのステップ」を解説します。
 - ③現場クリニック(フィールドワーク 1日~2日)
②で学んだ内容を実際の売り場を見て確認します。またグループワークで自社店舗の活性プランを現地現場で作成します。活性化プランの発表、評価も行います。
 - ④競合対策実務研修(座学+フィールドワーク 1~2日)
フィールドワークで競合対策の基本手法を学び、それに基づいた実際の調査と対策立案をモデル地域で行います。
- ③、④の研修は以下のフローで行います。



3 バイヤー研修のカリキュラム

バイヤー研修は上記の基本カリキュラムをベースにバイヤーに必要な情報やコンテンツを強化して構成します。

4 研修実施前の準備事項

- ① 貴社店舗のデータ解析を当社の基準に基づいて行います。
- ② データに基づいた現地確認と調査を行います。
- ③ これらは研修のコンテンツとして活用されます。

① 貴社データの解析、加工

② データーに基づいた現場調査

③ 研修コンテンツへの反映

4 基本スケジュール案

※以下は専門店チェーンで実施している研修スケジュールで、年間で実施していますが、短縮も可能です

項目	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
店長 スーパーバイザー研修												
調査と研修設計												
1基礎研修												
2売り場マーチャンダイジング研修												
3売り場づくり研修(フィールドワーク)												
4競合対策研修(フィールドワーク)												
バイヤー研修												
調査と研修設計												
1基礎研修												
2売り場マーチャンダイジング研修												
3売り場づくり研修(フィールドワーク)												
4競合対策研修(フィールドワーク)												

お問い合わせ

ask@institute.jpn.com

INSTITUTE INC. 4