

金子邦博：問題を解決するのは、誰なのか～『幸せな売り場の作り方』を元に～

オムニバスによる問題解決学総論の B クラスの第七回目として金子教授がご登壇。兼重日奈子著『幸せな売り場の作り方』（商業界）を元に、「問題を解決するのは誰なのか」という点について話が始まる。以下、講義のポイントをまとめてみよう。

※本講義では、「兼重日奈子著『幸せな売り場の作り方』商業界」を元に解説が進みます。内容の詳細に興味がある方は、ぜひこの本を読んでみてください。

はじめに、『幸せな売り場の作り方』の中から、店長の問題解決を取り扱った第一章「店長：佐々木ユーコ編」を元に説明がはじまる。設定は、佐々木ユーコが店長をつとめる店舗に外部から講師（兼子）が来て、店頭教育がなされるというものだ。

<お店の役割を考える>

「売上は、売り上げが“上がる店”にならないと売上は上がらない」という話から始まる。そして、売上が上がる店の条件として、以下の 5 点がまとめられた。

*売上が上がるお店条件

- ①ブランド力、②商品力（ヒット力×供給力）、③立地力、④店頭訴求力（VMD×鮮度）、⑤接客力

特にアパレルは、この①から③で勝負が決まってしまうとあっていいとのこと。お店がやれることは、残りの④と⑤だけ。この範囲の中で、お店の役割は以下の通りとのこと。

★金子教授の指摘：

問題は、現場で起きている。現場ということは、様々な人が機能を分担し合って、問題の解決に挑んでいる。つまり、問題を解決するのは『組織（チーム、会社全体）』であるということ。

ここまでのポイントは、役割があるということ。つまり、お店にはお店の役割があるということで、すべてを担うことが仕事ではないということだ。では、お店の役割は何だろうか。

*お店の役割

- ①毎日決まった時間にオープンさせ、笑顔でお客様をお迎えすること
- ②足を運んで頂いたお客様を、徹底的に喜ばせること

③喜んで頂いたお客様を、お店のファンにすること

では、お店の役割がこういうものだとして、店長として「働く目的って、何でしょう？」と話がつづきます。

<働く目的、ってなんでしょ？>

店長の場合、仕事の目的を「売上げ」にしちゃうから追い詰められてしまう。もっと別の目的を持たないと、アパレルの店長なんてやっつけられませんか、不思議な指摘がなされる。現場では、役割を分担をするわけだから、店長なら店長のやるべき仕事を目的にするべき。この場合、自分（店長）の理想のお店をつくるために働くという目的の方がふさわしいと話が進む。

もしそういう目的を設定したら、自分の理想のお店って何かを考えなければならないということになる。そして、その理想に対して現状が何点であるかを考える。その残りの部分が成長できる可能性ということになるだろう。

★金子教授の指摘：

コンサルティングの仕事の一つは、現場の人間に自分で問題を発見することを促すことである。

現状の点数分が「何ができているからその点数なのか」そして、その残りの部分は「何が問題で点数にならないのか」を考える。とくに、後者が解決すべき課題とのこと。

(例) 理想のお店になるために、解決すべき課題

1. 人員不足
2. 退職者を減らす
3. スタッフのやる気を向上させる
4. 接客以外の業務を減らし、お客様を喜ばせることにもっと集中する
5. 最高のチームワークをつくる

これら解決すべき問題が上がったら、何から始めるかを決める。その際、自分ができるものを考える。たとえば、「1. 人員不足」は店長の力でどうにかなるものではないとすれば、他の問題にアプローチすることになる。たとえば、「3. スタッフのやる気を向上させる」というのは、店長が解決出来そうな問題ということになるだろう。

<自分がお店を去る日をイメージしてみる>

つづいて、コンサルタントの兼子は、店長に「自分が（転勤で）お店を去る日」をイメージさせる。その最後の日、自分の送別会が開かれたとイメージする。誰が来てくれるのか（どんなお客さんが来てくれるのかなど）、どんな言葉を頂けるのか。そのときに「やってやめてくれた」とは思ってもらいたくないだろう。できれば「ありがとう」って言ってもらいたいだろう。では、何に対して「ありがとう」なのだろうか。

これが、店長として、理想の店を思い描くヒントであるとのこと。

※このようなストーリーで、兼重日奈子著「幸せな売場のつくり方」は話がつづきます。

<まとめ>

この本の内容を元に、問題を解決するのはチーム（組織全体）であり、チームであるからこそ、自分がすべきことは何なのかを考える（自分が担うべき役割、範囲を設定する）必要があるということ。

その範囲によっては、解決すべき問題は異なるということを理解する必要がある。たとえば、誰もが目標を「売上」にするということにはならないということだ。

同時にビジネスで大切なのは、「結果」を出さなくてはならないということ。担うべき仕事を発見し、それを達成するということが、問題解決への取り組みということになる。