



第209回

結果にコミット

送金も終えました」と連絡を受けた。例年通りの運びである。また初詣の帰りに「たんす屋前仲町店」に新年の挨拶に立ち寄るのも恒例行事だ。

新年明けましておめでとございます。新しい年が皆様にとりまして実り多き一年であります様、心よりお祈り申し上げます。

### 富岡八幡宮事件で恒例の初詣を検討

例年、会社の初詣は門前仲町駅からほど近い深川の八幡様こと富岡八幡宮に決めている。昨年12月7日、社長秘書の首根から「例年通り1月4日午後1時に初詣の予約を入れ

その日の夜、ニュースで「江東区の神社で流血事件！」の一報を目にした。富岡八幡宮は確か江東区だったなと思いつながら、江東区にもあまた神社もあるだろうと思っ

た。富岡八幡宮で宮司が弟に殺される!」と衝撃の第二報。その後の詳細は皆様もご承知の前代未聞の殺人事件である。

あまりの衝撃に果たして例年通り富岡八幡宮に初詣に行くべきか、初詣の行き先を更すべきか迷った。しかし社内

日販向上の施策をまとめたシール

- ＜日販向上の為に必ずやるべきこと＞
- ①在庫2ヶ月ルールの徹底遵守
  - ②全キャスト最低でも二つの毎日コーデ実施
  - ③KPI着装ゲームの毎日実施
  - ④店頭買取の実施とコンサイメントへのコンバージョン
  - ⑤毎月クリニックの実施で、最低でも500人にクリニックのフライヤーの2枚渡して、1000枚のフライヤーを配り切る
- 2017年12月 たんす屋社長 中村健一

慎重に検討した結果、例年通り富岡八幡宮に初詣に行くことに決めた。考え方は様々あると思うが、宮司の後継問題で採め

## 望む奇跡が起きるかも!?

# 施策を継続して確実にこなす

ところが、富岡八幡宮の靈験には関わりはないという考えに落ち着いた。実際に1月4日、例年通り富岡八幡宮に初詣に行ったが、参拝客は例年の半分以下といったイメージであった。

### 社内コラムは11年本連載は17年継続

このコラムは月一回、約2000文字を書いている。今回が209回目であるので、17年5ヵ月続いている。一方で、毎週「たんす屋明日の為に」と言う約1000文字のコラムをすべての社員、店長、店舗スタッフがネット上で見られる様に社内の掲示板に載せている。こちらは今週第565回になり、約11年続いている。継続は力なりと言いつが、続けることで経営トップの思いを、社員と店舗スタッフに伝え続けてきた。

過去の「たんす屋明日の為に」を読み返すと、その多くは店頭日販向上の為に具体的施策を繰り返し書いてきた。しかし、それらの施策が実際に毎日店頭で実施されているかという点、なかなか容易なことではない。毎週、毎週店頭日販向上の為にあれをしよう、

これをしよう社長から発信があるわけだから、確かに現場は大変である。

過日、テレビ東京の「ガイアの夜明け」と言う番組で、ライザップの特集をやっていた。ご存知の通りライザップのキャッチフレーズは「結果にコミット」である。番組では、ライザップのテレビ

番組にもなった芸人のエドはるみさんが登場し、わずか3ヵ月でたるんだウエストが割れて、驚きのくびれたウエストに大変身する様子が放送された。驚きである。まさに結果にコミットで、結果が出ない場合は全額返金がある。ライザップの売りが、そのライザップが、9年連続で営業赤字に苦しむジーンズメイトを企業買収し、ここからライザップ式の企業再生に取組む。ダイエツトに於いても、企業再生に於いてもライザップのやり方は同じである。

ダイエツトであれば、決められたカロリー摂取と運動を毎日こなすだけのことだ。ひとつひとつに、手品はない。簡単なことを継続して確実にこなすだけのことだ。しかし、これが実は難しいのである。ライザップは、

全額返金のリスクを負っている。この簡単なことを継続してこなす為の具体的スキルを企業文化としてもっているようである。

ダイエツトの場合でも、トレーナーが毎日こなすべきメニューを、できるまで徹底的に支援し、その人に合ったエールを送り続けてくれるようだ。ポイントとは、徹底して褒める事だ。ライザップゴルフも、ライザップ英語話も理屈は同じだ。世の中、望む成果を手に入れる為には、実は手品をする様な事はひとつないことが真実ではないだろうか。

大切なことは、具体的施策を、間違いなくプログラムすること、プログラムした具体的施策を継続して確実にこなすこと。これが出来れば、奇跡が起きる。

具体的には、エドはるみさんのウエストであり、9年連続で営業赤字のジーンズメイトの既存店売上高が前年比110%が実現し、これを継続することである。奇跡が起きると確信しているが、いかがだろうか。

比115%を連続で達成し、営業赤字が見えてくることである。これは、たんす屋の店頭日販向上の為に応用できると思った。

そこで、毎週提案してきた施策を5つにまとめて、シールに印刷した。ワンシートに8枚印刷し、全店舗に配布して店長と全キャストの手帳に貼る様に指示した。更にお客様に見えない様に、レジにも貼る様に指示した。そして、全SV(スーパーバイザー)にもこのシールを手帳に貼る様に指示した。SVには、店頭日販向上の為に5つの施策を、全キャストが理解して納得、実践できるまで、粘り強く熱いストロークを送り続ける様に指示した。

この5つの施策が全店舗で実施された時、既存店舗の売上前年比110%が実現し、これを継続することである。奇跡が起きると確信しているが、いかがだろうか。

中村 健一 社長

1954年9月京生まれ。77年カリフォルニア州立大学ロングビーチ校留学、79年慶応義塾大学卒業。同年東京山喜入社、87年取締役京都支店長、91年常務、93年社長に就任、今に至る。



東京山喜  
(店名・たんす屋)

中村 健一 社長

1954年9月京生まれ。77年カリフォルニア州立大学ロングビーチ校留学、79年慶応義塾大学卒業。同年東京山喜入社、87年取締役京都支店長、91年常務、93年社長に就任、今に至る。