



「草花芽吹き 心弾む春の訪れに お出かけコーデ このセット」
上記、コーディネートとワンコメント、天王寺ミオ店、店長・尾崎史奈

3番目が
るが、その
と言っている
リードする
つ時代を
は、常々4
たんす屋
とである。
ト販売のこ
店舗とネット
がリアル
は、当然な
いる二刀流
からリアル
店舗とネット
販売のこ
とである。
とである。
は、常々4
たんす屋
の時代を
リードする
と言っている
るが、その
3番目が

着物 リサイクル 春夏秋冬

毎月25日号掲載

第211回 二刀流に挑戦!

海のように渡った大谷翔平のロサンゼルス・エンジェルスの一軍で活躍が、毎日のようにニュースになっている。日本ハムで二刀流として活躍した若者が、アメリカでもツーウェイプレーヤーとしてメジャーデビューしようとしている。

ネットからの集客 徐々に効果発揮

過日、経営者の雑誌でハードオフの山本社長が、これからハードオフは二刀流でいくと書かれているのを読んだ。我が意を得たりと思った。山本社長のお

二刀流は通用しない。早くピッチャー一本で行くべき」と大谷翔平さんに苦言を呈していた。しかし彼は自分のやり方を貫き通し、結果を出した。更に、メジャーリーグでも前人未踏のツーウェイプレーヤーに挑戦している。彼は従来の概念を根底から覆す事に挑戦をし、既に大きな成果を掴み取っている。

毎月1万6000本の帯をアップ

インフラ活かし店舗でネット販売

「ネットの時代をリードする」である。しかし残念ながら、このネットの時代はリードされているのが現状である。

楽天市場店の失敗 原因は本部運営

現在、OtoO(オンラインツールオフライン)の実績は、上がりつつある。具体的には、本部催事や百貨店催事に、ネット上からお客様を会場にお呼びすることは、徐々に効果を発揮している。しかしネット販売に関しては、ずっと以前にたんす屋楽天市場店をオープンして数年間挑戦してきたが、結果的に成果を出せずに閉店を余儀なくされた。

そこで、具体的にどのような施策でたんす屋が二刀流になれるのかを社内検討した。色々検討して、前回のたんす屋楽天市場店の失敗の最大の理由は、本部で本部の人間が、本部の在庫を使ってやっていた事であると結論づけた。つまり、たんす屋が全国に120数店舗のリアル店舗を構築し、そこに在庫投資をして、人材も配置しているのに、それと別個に本部でやった為に、リアル店舗がある強みを全く活かせなかったことが敗因だったと思った。

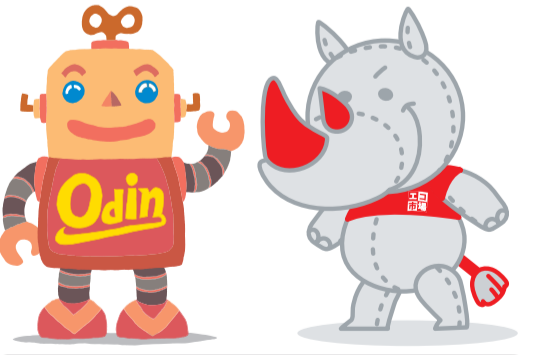
そこで今回目指すべき二刀流とは、リアル店舗でネット販売も兼業することだと考えた。それでこそ、在庫と人材とネット販売のインフラを活かせるようになる。

先ずは、ネット販売のサイト選びから考えた。コストが低く、すぐに始められるので、ヤフオク!ストアに決めた。将来的には楽天や自社サイトもありたいと思うが、先ずはこ

からスタートである。次に、たんす屋の強味はプロのコーディネイト力だと思い、各店舗スタッフに着物・帯・帯締・帯揚げのフルコーディネートさせる様に指示したが、なかなか進まない。本部のたんす屋塾で、店長と店舗スタッフに教育し、更に専用のコーチと店舗のSV(スーパーバイザー)に店舗まで教えに行かすのだが、やはりハードルが高いようである。

そこで急遽変更し、先ずは帯だけを載せる様に指示した。実際すぐには店舗でヤフオク!ストアをスタートできるのは約90店舗だ。その90店舗に5000円以上の名古屋帯と袋帯を約1万6000本、在庫として投入されている。1店舗で毎日平均3人のスタッフが帯を2本ずつヤフオク!に掲載することができれば、90店舗で1日540本の帯がアップされ、1ヵ月で店舗にある全ての帯がアップできる計算である。

子どもに大人気! 館内放送にも登場 <ロボディンとエコサイ君>



オーディン・エコ市場

東都クリエート(福島県福島市)が運営するリユースショップ「オーディン」のキャラクター「ロボディン」と、「エコ市場」のキャラクター「エコサイ君」。親しみやすいイラストで子ども達に大人気だ。「ロボットの店」として認知度を高めている。

ロボディンとエコサイ君が誕生したのは2015年6月。子どもから大人まで幅広い客層に愛されるキャラクターを目指し、同社の商材であるロボットとぬいぐるみという設定にした。両キャラは同社のHPやFacebook、LINEに登場する他、オリジナルグッズやエア看板にも登場する。ロボディンとエコサイ君が話すとスタイルも異なる。『ロボットの店に行きたい』と小さなお子さんが言っているのを聞くと嬉しいですね」と東都クリエート情報企画室企画広報員さん。キャラクターを活用し、他店との差別化に成功している。同店の館内放送も両キャラが話すとスタイルも異なる。『ロボットの店に行きたい』と小さなお子さんが言っているのを聞くと嬉しいですね」と東都クリエート情報企画室企画広報員さん。キャラクターを活用し、他店との差別化に成功している。同店の館内放送も両

ロボディンとエコサイ君が誕生したのは2015年6月。子どもから大人まで幅広い客層に愛されるキャラクターを目指し、同社の商材であるロボットとぬいぐるみという設定にした。両キャラは同社のHPやFacebook、LINEに登場する他、オリジナルグッズやエア看板にも登場する。ロボディンとエコサイ君が話すとスタイルも異なる。『ロボットの店に行きたい』と小さなお子さんが言っているのを聞くと嬉しいですね」と東都クリエート情報企画室企画広報員さん。キャラクターを活用し、他店との差別化に成功している。同店の館内放送も両

グッズやエア看板にも



クリアファイルや自由帳などのオリジナルグッズもある。「自由帳を児童養護施設や保育園に配布した時には、とても喜んでもらえた」と羽田さん



イベント時に登場する3メートルほどもあるエア看板。この前で記念撮影するお客も多い



東京山喜 (店名・たんす屋) 中村 健一 社長

1954年9月京都生まれ。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。