

基本戦略の策定

| | | |
|--|---|---|
| <p style="text-align: center;">外部経営環境</p> <p style="text-align: center;">内部経営環境</p> | <p style="text-align: center;">＜機会＞</p> <p>市場要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ①アクセサリ専門業者の減少 ②道内外問わない商品構成への対応が必要になってきている ③価格重視から付加価値重視への顧客ニーズの変化 ④海外客の増加 <p>競合要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ①メーカー委託協力による品揃え ②売り場からの情報入手 ③単品アイテムではない幅広いトータル展開 ④アクセサリ専門業者としての売れ筋の情報キャッチ | <p style="text-align: center;">＜脅威＞</p> <p>市場要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ①商品の流行の速度が速くなってきている ②観光客の個人化(レンタカー客の増加) ③エンゲージリング、マリッジリングの需要低下 <p>競合要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ①メーカー主導のブランド品に自社の独自性を盛り込めない ②Eのブランド力の将来性について ③競合他社との商品開発競争と情報収集力 |
| <p>＜当社の強み＞</p> <p>ヒト…①売場作り・商品知識は他社をリードしている、②「社員全員で」という会社一丸での意識を持っている、③営業・商品管理の分野のベテラン多く仕事の許容範囲が広い</p> <p>モノ…①(宝飾部門)仕事について商品力・販売力が向上してきている、②(観光部門)観光売店のアクセサリ専門の卸業者としての他社差別化が図れる、③商品開発力を備えており売れ筋の把握ができれば有力な強みである</p> <p>情報…①営業情報のシステム化は充実してきている、②宝飾部門と観光部門の事務統一化を行い、事務処理の効率化が進んできている、③会議体の持ち方の変革を行っている</p> <p>財務機能…①店舗での販売状況の把握、在庫状況(商品異動、店舗適正在庫、在庫期間等)の把握が進んでいる、②金融機関との対応</p> | <p>当社の営業力や商品力を活かし、業界内シェアを向上させる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①新商品開発(百貨店新ブランド、アクセサリ新商品開発) ②新規顧客拡大(本州百貨店) | <p>団塊世代などをターゲットにした戦略を強化する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①直営店展開 ②旅行会社との提携 |
| <p>＜当社の弱み＞</p> <p>ヒト…①仕事に対する責任感是个々に持っている反面、会社組織全体には統一感ができていない、②販売員への販売教育</p> <p>モノ…①ヒット商品がなかなか生まれてこない、②(観光部門)雑貨・食品のカテゴリーの他者競合、③(宝飾部門)自社単体の商品で百貨店の売り場を維持力は備えていない</p> <p>情報…①商品管理システムが弱い。店舗と本社間のシステムのオンライン化、②モチベーションアップにつながる会議の持ち方の検討</p> | <p>意思決定を迅速にする組織体制の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ①専務に代表権を持たせ、一定の範囲内で決定権を発揮させる ②経営会議の定期開催 | <p>Eブランドのてこ入れ</p> <ul style="list-style-type: none"> ①本州での新規店舗開拓 ②品揃えの見直し |