

チェーン展開する前に自社の強みを整理する

Q. 小売業で今後チェーン展開を考えているが、どのように展開すればよいか？

要旨 チェーン展開する際は、現在の店舗でうまくいっている要因を整理し、そこに隠されている強みを活かすことが重要です。例えば、現在の店舗が若年層に支持されているのであれば、高齢者の多い団地一体にチェーン店を出してもうまくいきません。

また、店舗の雰囲気が顧客に支持されているのであれば、チェーン店と店づくりや顧客とのコミュニケーションの取り方について、共通認識が必要となります。

解説

1. 強みの整理の仕方

強みの整理には、SWOT 分析が有効です。企業の強み（S）を、弱み（W）と対比し、市場の脅威（T）を避けて、機会（O）を捉えられるか、といった観点で、総合的に分析できます。

そして、強み（S）で、機会（O）を捉えていく構図を見える形にしていきます。

2. 強みの横展開策の検討

整理した強みを、どのように横展開できるかを考えなければなりません。出店の条件と照らし合わせることになるため、横展開策の具体化は、以下のポイントで煮詰めていくとよいでしょう。

【SWOT 分析】

内部		外部	
強み（S）		機会（O）	
弱み（W）		脅威（T）	

ターゲット

当店を支持する顧客を見極める

立地

ターゲットを多く含む場所に出店する

品揃え

当社がこだわる品揃えが、顧客に支持される点を内部共有する

店舗演出

当社がこだわある雰囲気が、顧客に支持される点を内部共有する

接客

当社ならではの顧客への接し方、アピール方法を内部共有する

自社の強みを横展開する方法を考える ～チェーン展開成功の鍵～

＜ご提案のポイント＞

- ・チェーン展開は、自社の強みを整理して、確実に活かすことが出発点です。
- ・強み（S）の整理には、SWOT 分析を行うことが有効です。
- ・強み（S）で機会（O）を捉える構図を見える形にしていきます。
- ・強みを横展開するうえで、出店の条件と照らし合わせることが重要であり、「ターゲット」「立地」「品揃え」「店舗演出」「接客」をポイントにします。

1. SWOT 分析

自社の強みを振り返って整理することで、チェーン展開した際に、活かすべきポイントが見えてきます。

強み（S）で機会（O）をどのように捉えているかロジックを再認識し、見える化します。

強み（S） （例）調達の目利き力	→ 機会（S） （例）プレミアム消費が拡大	強みの目利き力で、プレミアム消費拡大の機会を捉える
弱み（W） （例）顧客が特定層に偏る	脅威（T） （例）近隣に新たな商業施設	

2. 実行のための横展開策

確認した強みをチェーン展開する際に活かす必要がありますが、それは、出店の条件と照らし合わせることも重要となるため、次の要領で横展開策を具体化していきます。

ターゲット	当店を支持する性別・年代は？ どのような趣向を有する顧客なのか？
立地	ターゲットを多く包含しているか？ ターゲットは将来、その地で増加する余地があるか？
品揃え	チェーン店においても、品揃えのこだわりポイントを活かす お客様の声「〇〇が気に入っている」をアンケートなどで情報収集
店舗演出	チェーン店においても、顧客が支持する店舗の雰囲気を再現する お客様の声の情報収集については、上記同様
接客	当店ならではの「顧客とのコミュニケーション」を全店共通化する セールスポイント、アピールポイントの共有を図る