

## 2014年度の数値実績と振り返り

- 何と言っても**消費税増税対策での価格戦略の失敗**で一年間引きずったのが痛い。上半期・下半期資料にあるように年間目標粗利益率15.0%(昨々年対比0.7%アップ)を目指していたが、逆に0.4%落としてしまった。ただ、下半期はギフトや日本酒・焼酎など粗利益率の高いカテゴリーの伸びで**粗利益率が改善**された。
- 昨年5月ごろより、陣頭指揮とまではいかないが、東大阪店スタッフ会議の取りまとめをしたりしながら、まず課題の**基本四原則の徹底**からカイゼンを行った結果、フレンドリーとクリンニネスの徹底は、パートの堀井さんの貢献もあって良くなってきました。しかし、鮮度管理については**過剰発注や在庫チェックの不徹底**のため、**慢性的な見切り処分や廃棄ロス**に繋がった。特に飲料水に関しては今年の課題となる。⇒顧客離反
- 昨年の売上高構成の内訳をみると、店売り80%・宅配20%となっている。伸び率は、店売りが7%ダウン、宅配が15%アップであった。ただ宅配の伸び率が鈍化しているので、**今後対策が必要**である。
- 昨年1年を大きな観点から見ると、良いも悪いも全て**今年のやるべき課題に繋がる成果**であったと思います。そして、スタッフが成長してきている実感がありますので、あとは今年の課題を明確にして失敗を恐れず**新しい取り組みにチャレンジ**していきたいと思います。まずは、年間総利益率の向上から…。

## 昨年の反省に基づいた2015年度の課題（数値表は別表にて）

- 今年の課題とテーマは、多岐に涉っているので大変な1年となると思います。まず、店長の段上君が本部業務に携わることになり、松藤チーフが事実上の店長に昇格することになります。お客様の心理などを考慮しながら**業務の引継ぎや客離れの防止**に努めていきたいと思います。
- 次に、昨年末に**タバコの販売免許が取得**できましたので、これを今年の最大のプラス材料として、売上・利益・及び来店客数増に繋げていきたいと思います。そのために、来月に**抜本的な店舗レイアウトの変更を実施**し、別紙2015年各カテゴリー販売目標に基づいたカテゴリー別レイアウト配置を行います。
- また、店売り: 宅配の比率を80:20 ⇒ 75:25 へ移行させるため、宅配売上高を昨年対比130%へと引き上げる。そのためには、**宅配の先駆者である津田本店さんに教を乞う**て今後ともアドバイスしてもらおう。
- また、私自身も含めて各カテゴリーの商品知識の習得やお客様との会話を意識した商いスタイルを復活させていきたいと思います。まさしく**『専門性と伝える力(伝播)』**を強化していきます。
- 最後に、今年の売上目標は17000万円(昨年対比103%)・粗利益額目標2431万円(同106%)・粗利益額増を140万円、経費削減60万円とし、**営業利益プラス200万円を目指します**。