

# SPACE PLANNING MAYBE

SPACE  
PLANNING MAYBE

有限会社 スペースプランニングMAYBE

「MBA スタイル 繁盛店長養成オンライン研修」担当

✉ info@maybe.co.jp



小売店舗経営に関する視座・知識・スキル・マインドを身につける

MBA スタイル 繁盛店長養成  
オンライン研修パッケージ

公開型  
ZOOM  
研修

## カリキュラム概要

小売業における魅力的な買物空間の創造、働く人々のやりがいの創出を通して、  
全ての生活者が自分らしく生きられる社会づくりに貢献する



# MBAスタイル 繁盛店長養成 オンライン研修 カリキュラム概要

自発的に売上をつくれる店長をどう教育すべきか分からない…  
時間がない店長に教育の場を提供することが難しい…

これまでの店長教育といえば「現場で学ばせる」「店長向け集合研修を開催する」ことが常識でした。しかし、「現場で学ばせる」だけでは店舗運営についての知識を体系的に理解することは困難です。また、「従来の店長向け集合研修」では、店長業務は身につくものの、長期的で俯瞰的な視野で売上を高めるといふ経営視点を身につけることは難しいでしょう。そもそも、店舗での業務が忙しく、研修に参加する時間が捻出しにくく、何より、ローコストオペレーションによって集合研修を開催すること自体が難しくなっています。



## 本カリキュラムの3大特徴

### 繁盛店長養成とは？

単に店長業務をこなせるようになるのではなく、店舗を繁盛店へと導くために必要な知識、スキル、マインドを一挙に学べます。

### MBAスタイルとは？

理論だけ、経験事例だけでなく、両方を組み合わせて、ケーススタディ形式で学ぶことで実務での実行力を身に着けます。

### オンライン研修とは？

リモートシステムを使ったオンラインスタイルの研修です。忙しい店長、店舗スタッフでも時間を有効に活用して学ぶことができます。

#### ■統括講師



経営コンサルタント  
岩瀬 敦智

大手百貨店で、アパレル、雑貨、ジュエリーゾーンなどのエリアマネジメント業務、自主編集売場のマーチャンダイジング構築・運営業務を経て、経営コンサルタントに転身。専門店小売業の売上アップが専門。その他、法政大学大学院 MBA スクール兼任講師として、MBA 教育に従事する。

No.	主要テーマ	章立て	概要	実務とのつながり
第1回	店舗経営	<ul style="list-style-type: none"><li>・店舗経営とは何か</li><li>・店舗経営の計画の立て方</li><li>・店長スキルチェック</li></ul>	店長の仕事を一言でいうと店舗を経営することと表現できます。店舗経営に必要な考え方、スキルを理解するとともに、スキルチェックで自分の長短所を明確にします。	店舗を運営するのではなく、経営するという意識が芽生え、現場での視野が広がります。
第2回	店舗問題解決力	<ul style="list-style-type: none"><li>・問題解決プロセス</li><li>・ロジカルシンキング</li><li>・クリティカルシンキング</li></ul>	店舗の経営、マーケティング、マーチャンダイジング、チームビルディングというあらゆる場面で必要になる問題解決力の基礎理論を学び、スキルとして定着させます。	問題を発見し、解決するための具体的なプロセスが身につくため、現場で問題解決が行えるようになります。
第3回	店舗マーケティング 店舗マーチャンダイジング	<ul style="list-style-type: none"><li>・店舗マーケティング</li><li>・マーチャンダイジング・サイクルの基本</li><li>・マーチャンダイジング・サイクルの好循環</li></ul>	品揃計画、発注、販売促進、在庫管理という店舗に必要なマーチャンダイジングの全体像を俯瞰し把握するとともに、それを能動的に循環させることの大切さと方法を学びます。	現場の業務のつながりと、因果関係を明確に理解することで、現場の改善点が見えるようになります。
第4回	品揃え・発注	<ul style="list-style-type: none"><li>・品揃え計画</li><li>・仮説思考</li><li>・発注管理</li></ul>	マーチャンダイジング・サイクルの出発点となる品揃え計画についての基礎を押さえるとともに、常にお客様を惹きつける品揃えを実現するための仮説思考を理解します。	品揃え計画の立案方法と考え方を身につけることで、常に鮮度の高い品揃えが可能になります。
第5回	接客	<ul style="list-style-type: none"><li>・顧客の購買心理過程と接客プロセス</li><li>・顧客生涯価値とCRM</li><li>・クレームマネジメント</li></ul>	リアル店舗における強力な販売促進となる接客および、CRM について基礎理論を学んだ上で、実践プロセスまでを押さえます。併せてクレームへの対応プロセスも学びます。	感覚や経験のみではなく、理論的な接客方法を学ぶため、実践力はもちろん、指導力も高まります。
第6回	陳列・ディスプレイ	<ul style="list-style-type: none"><li>・売場レイアウト</li><li>・陳列</li><li>・ディスプレイ</li></ul>	接客と並び、重要な陳列・ディスプレイについて、理論に基づく構築方法を、ステップバイステップで学習します。感覚だけに頼らない、陳列やディスプレイ手法を学びます。	感覚のみではなく理論も押さえることで、魅力的な売場を常に構築できるようになります。
第7回	売上分析	<ul style="list-style-type: none"><li>・ABC 分析、マージンミックス、RFM 分析</li><li>・データ収集手法</li></ul>	店舗において、マーケティングおよびマーチャンダイジング施策を効果的に実行するための論拠を導き出す、売上分析について代表的な手法を理解します。	売上分析を知ることで、効果的な品揃え、接客、売場づくりのアイデアを捻出できるようになります。
第8回	係数管理	<ul style="list-style-type: none"><li>・売上高予算管理</li><li>・在庫高予算管理</li><li>・値入率予算管理</li></ul>	小売経営の指針であり、結果検証の指標となる数値について、その役割と立て方を学習します。売上高、在庫高、値入高、仕入高の各予算について押さえます。	マーチャンダイジングの指標となる係数をマスターすることで、PDCA サイクルを回せるようになります。
第9回	チームビルディング	<ul style="list-style-type: none"><li>・チームビルディングに必要な4要素</li><li>・チーム形成の4段階</li><li>・チームビルディングに必要なリーダーシップ</li></ul>	店舗経営、マーチャンダイジング活動を支えるのは人材であり、その人材の力を最大限発揮するために、チームとして機能させる手法、考え方を理論的に学びます。	チームを活性化させるための理論に基づき、適切なリーダーシップが発揮できるようになります。
第10回	人材育成	<ul style="list-style-type: none"><li>・人材育成の基本公式</li><li>・モチベーション管理</li><li>・スキル・知識を高める指導法</li></ul>	最終回では人をどう育て、どう導くかをスキル面のみならず、マインド面からも考え、その上で具体的な指導法や指導計画の立て方まで学習します。	店長の大切な仕事である人材育成を、適切に計画的かつ継続的に行えるようになります。