

# 2024年度 10月度店長会議

2024年度テーマ「深めて尖る」

**ZERO**  
emission

1

ファン化

**ZERO**  
emission

2

## 人口減少



**ZERO**  
ゼロエミッション  
emission

3

## 人口減少

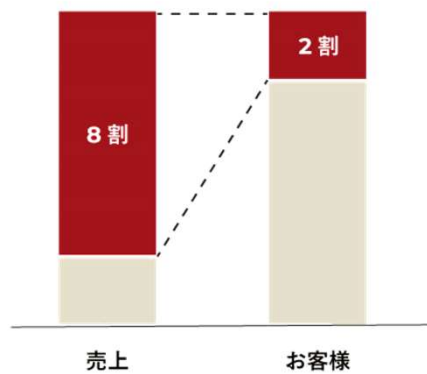


**ZERO**  
ゼロエミッション  
emission

4

## パレートの法則

売上の8割は、お客様の2割によって作られる

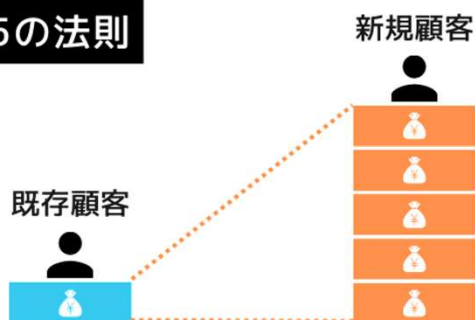


**ZERO**  
transparency  
emission

5

## 1対5の法則

1対5の法則

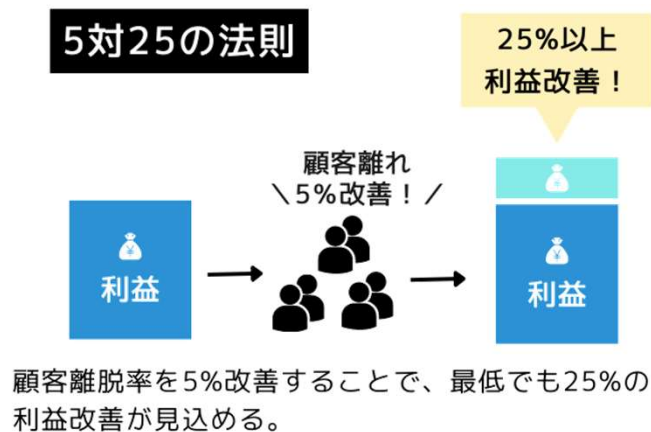


新規顧客を獲得するためには、既存顧客を維持する5倍の費用が必要になる。

**ZERO**  
transparency  
emission

6

## 5対25の法則



**ZERO**  
emission

7

## お客様が離れた理由

- 1位:接客態度(68%)
- 2位:商品やサービスの不満(14%)
- 3位:価格の間違い(9%)
- 4位:友人から別を薦められた(5%)
- 5位:引越や死亡など(4%)

**ZERO**  
emission

8

## 「ウォンツ」と「ニーズ」

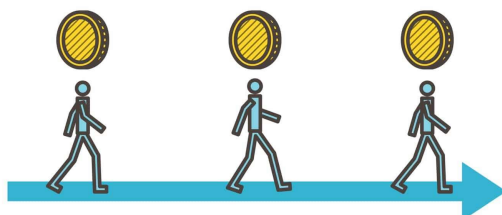


**ZERO**  
carbon  
emission

9

## LTV(ライフタイムバリュー)

**店舗がお客様と  
何度も取引して得られる  
生涯総利益額**



**ZERO**  
carbon  
emission

10

## LTVの計算式

**平均客単価×回数×利益率**

**ZERO**  
carbon  
emission

11

## ファン化

- 1%の人に選ばれればいい
- 結局うちじゃなくても、どこかを選ぶ



**ZERO**  
carbon  
emission

12

## 買い上げ個数

**ZERO**  
emission

13

## HOグループ売上既存昨対

|       | 9月  | 8月  | 7月  | 6月  | 5月  | 4月  | 累計  |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| HO本部  | 107 | 109 | 104 | 106 | 109 | 108 | 107 |
| ファミリー | 110 | 108 | 108 | 111 | 108 | 107 | 109 |
| エコプラス | 109 | 109 | 110 | 109 | 107 | 102 | 108 |
| ヌマニウ  | 108 | 106 | 105 | 116 | 107 | 105 | 108 |
| ありがとう | 104 | 109 | 102 | 102 | 104 | 104 | 104 |
| 大宮電化  | 109 | 112 | 102 | 104 | 104 | 100 | 105 |
| エコノス  | 107 | 112 | 107 | 106 | 114 | 109 | 109 |
| ゼロエミ  | 114 | 121 | 119 | 120 | 117 | 116 | 118 |

**ZERO**  
emission

14

## 8月度の数字

|       | 売上昨対   | 客数昨対   | 客単昨対   |
|-------|--------|--------|--------|
| ハードオフ | 125.8% | 113.8% | 110.6% |
| オフハウス | 112.6% | 114.3% | 98.9%  |
| ホビーオフ | 128.5% | 120.5% | 106.6% |
| モードオフ | 104.4% | 116.7% | 89.4%  |
| ブックオフ | 119.5% | 112.6% | 106.1% |
| 工具館   | 81.1%  | 95.2%  | 85.2%  |
| アウスポ  | 116.7% | 117.1% | 99.6%  |

ZERO  
MISSION

15

## 9月度の数字

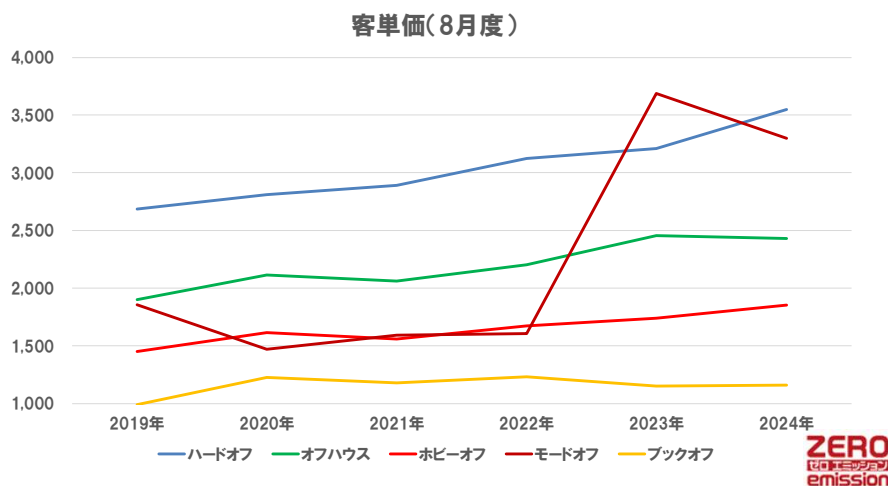
|       | 売上昨対   | 客数昨対   | 客単昨対   |
|-------|--------|--------|--------|
| ハードオフ | 118.7% | 110.8% | 107.5% |
| オフハウス | 106.8% | 112.7% | 94.7%  |
| ホビーオフ | 123.7% | 119.7% | 103.4% |
| モードオフ | 149.3% | 137.3% | 108.7% |
| ブックオフ | 128.4% | 126.8% | 101.3% |
| 工具館   | 74.4%  | 99.1%  | 75.1%  |
| アウスポ  | 149.6% | 127.8% | 117.0% |

ZERO  
MISSION

16

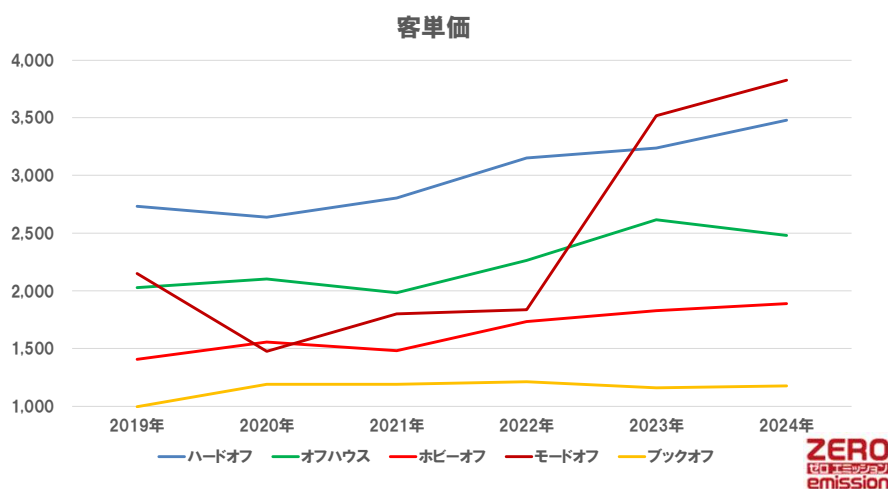


## 客単価推移(8月度)



17

## 客単価推移(9月度)



18

**客単価**

**商品単価**  
×  
**買い上げ個数**

**ZERO**  
carbon  
emission

19

**客単価ダウンの原因**

**買い上げ個数**

**ハードオフ**

2. 2個→2. 3個

**オフハウス**

3. 0個→2. 4個

**ホビーオフ**

3. 3個→3. 8個

**モードオフ**

2. 0個→1. 1個

**ブックオフ**

4. 4個→4. 3個

**ZERO**  
carbon  
emission

経営計画書P64

20

## 買い上げ個数

- 非計画購買(衝動買い)を促すこと
- クロスセル
- 回遊しやすくする
- きっかけ作り

**ZERO**  
carbon  
emission

21

## 商品単価アップ

# コーナー感作り

**ZERO**  
carbon  
emission

22

