

設問 1 . 優良企業が優れた業績をあげることができるのはどうしてか？

【 さまざまな要因 】

ヒトの問題

- ・ 経営者（商売のやり方、考え方）
 - ・ 従業員（仕事に対する姿勢・技術）
- 豊かな人間性・創造性を持っているか？

商品の問題

- ・ 売れ筋商品か死に筋商品か？
- ・ 消費者のニーズを満たしているか？
- ・ 適切な価格であるか？

技術の問題

- ・ 多くの品目を陳列する技術
- ・ 売上を伸ばす技術
- ・ 人手を省き生産性を上げる技術
- ・ お客のニーズの変化に対応する技術

資金の問題

- ・ 消費者好みの清潔でしゃれていて、アメニティの良い店に改造しようとする、すぐに2000万円近くかかる。それだけの資金を負担する能力は一般的な中小企業にはない。借り入れても、返済のめどが立たない。

設問 2 . セブンイレブンが躍進した理由は何か？

一言で言えば、消費者のニーズ（欲求）に合っている。

- 1 . フランチャイズチェーン方式をとっており全国に名前が知れ渡っている。消費者の行動に即座に対応できるPOSシステム（販売時点情報管理システム）、EOSシステム（自動発注システム）を取り入れている。
- 2 . 全国のOFC（オペレーションフィールドカウンセラー）が毎週1回の会議に参加し、他店エリアのOFCや経営者との直接的なやりとりの中で、具体的解決策を探り、アイデアを共有している。
- 3 . 死に筋商品を排除し、売れ筋商品のみを取りそろえる。
- 4 . 傘とかもおいてあり、急に雨が降ってきた場合には便利である。
高校生（20代の若者）に必要なものは何でもそろえてある。
- 5 . 24時間営業で、いつでも気軽に入れる。
- 6 . 他店のコンビニと比べると、店員がきちんとしており、爽やかな挨拶をしてくれる。
- 7 . 買い物以外（CDの予約・公共料金の支払い等）のサービスを提供している。
- 8 . 利用者は男性が60%、女性40%、年代では20代が最も多く、ついで10代が多い。
- 9 . 立地条件が良い。学校や駅、住宅の近くにある。人々の生活行動にマッチしている。
- 10 . 商品の整理整頓や掃除が行き届いている。商品が見えやすいところに陳列してある。店内が明るい。
- 11 . 人を引きつけてしまう雰囲気を出している。
- 12 . 新商品が置いてある。
- 13 . スーパーでは買った物は、ビニール袋に入れてはくれないが、セブンイレブンではビニール袋に入れてくれる。いろいろな気遣いをしてくれ、気持ちがいい。
- 14 . ジュースは一番奥に置いてある。レジまで行くのにたくさんのお菓子やお弁当が置いてあるので、ついつい欲しくなる。
- 15 . 店内の飾り付けが季節によって違う。客が楽しめる工夫がしてある。
- 16 . 夜中に洋服とか靴家具とかを買いに来る人はいない。最低限必要なものを取りそろえている。
- 17 . 部活動の大会の日などには、弁当とか飲み物がいつもより多くとりそろえてある。

「セブンイレブン・ジャパン 会社案内2002」より