



# 婦人服・子供服小売業

## 1. 創業の着眼点

### (1) 店舗コンセプト

**ア コンセプトの確立** : 「誰に (WHO)」、「何を (WHAT)」、「どのように (HOW)」、商品を提供するのか十分検討し、自分のお店のコンセプトを明確にする必要があります。これにより、目指すべきターゲット顧客を確認し、独自の店づくりへとつなげていきます。

**イ 店づくり** (店舗機能) : 売のために備えるべき機能として以下の5点が必要です。

- (ア) 宣伝訴求機能 (目立たせる) …外装・看板設置など
- (イ) 誘導機能 (入らせる) ……出入口の整備など
- (ウ) 巡回機能 (回らせる) ……客の動線の検討など
- (エ) 選択機能 (選ばせる) ……展示陳列の工夫など
- (オ) 購買機能 (買わせる) ……接客技術、POP 活用など



### (2) セールスポイント

**ア 品揃え** : 「勤務時代の仕入ルートを活用して品揃えを充実できる」など他店と差別化できる特色があるか今一度確認しましょう。サイズ・色などのバランスやセンスが店舗コンセプトとターゲットに適した品揃えとなっているかも重要です。

**イ 価格** : ターゲットを満足させる価格帯が設定できているか確認しましょう。コンセプトによっては、比較のために高価格品を見せ物として置いているお店もあります。また、近隣の競合店の価格も随時チェックしておきましょう。

**ウ 販路** : 実店舗のみの販売でなく、インターネットでの取扱いなど別の販路も検討しましょう。思わぬところでお客様が見つかるかもしれません。

### (3) 人材の確保

・「話しやすく親しみが持てる」、「トータルコーディネートが提案できる」など、接客の良し悪しが売上に大きく影響します。したがって、センスが良く、流行感度も高く、接客技術の高い人材を確保できるかどうか大きなポイントです。

### (4) 事業計画

**ア 売上計画** : 経営者自身の経験や同業他社の商品単価、来店客数、商品回転期間等を参考に検討する必要があります。

**イ 資金計画** : 季節の仕入資金やバーゲンでのセール資金などが必要になりますので、1年を通した売上計画をもとにして資金計画を検討する必要があります。資金効果、自己資金の割合、返済額のバランスがとれているかが重要です。

## 2. 経営指標 (※)

従業者1人当たりの売上高 (月間)	1,517 千円	人件費対売上高比率	21.5 %
店舗面積坪当たりの売上高 (月間)	237 千円	諸経費対売上高比率	22.7 %
売上原価率	56.6 %		

2012年小企業の経営指標 (日本政策金融公庫総合研究所編)

※当経営指標は、日本政策金融公庫の融資先法人企業から抽出したサンプル企業の平均値です

