

織研新聞

SENKEN

2015年
(平成27年)

7月7日
火曜日

織研新聞社

実行フェーズでいち早く効果

バイクルースグループが、オンラインシステムズとともに進めるMD業務標準化プロジェクトは、昨年6月から業務設計の第2フェーズに入り、その成果をロードームのレディスブランド「イエナ・スロープ」で14、15年秋冬から活用し、効果を上げている。その取り組みの基本は「科学的に実績を振り返ること」（窪田光平バイクルース取締役）だ。

バイクルースグループのMD業務標準化プロジェクト



窪田取締役

「科学的に見る」仕組み・風土作り進む

科学的に見る「ために」、「6週間の販売期間なら最低2週間は見る」、「消化率何%になったら追加」、「何週間で欠品率何%なら在

庫集約」といったルールを明文化した。毎週月曜にMD責任者がルールに沿って判断し、マーチャンダイザーやエリアマネージャーなど企画担当者も含めて皆で情報共有する。誰にでも分かり、後から検討・判断し、次シーズンに生かす基準もできつつあるという。

商品がはっきり分かり、コーディネートや投入期間も目で分かるようになった。いつも以上に真剣に見入る姿が目立ったという。自ら見えて売り上げが伸びたことで、プロジェクトに対する評価もモチベーションも上がっている。

15年春夏は計画立案段階から活用した。導入ブランドは既存店売り上げが前期比10%増で推移し、全ての既存店が前年をクリアするという大きな変化が出た。計画段階

階で設定する戦略商品も徹底でき、明確な効果が出たことで、戦略商品の位置づけが現場にもリアルに受け止められているようだ。社内見会も変わった。「戦略

いう、明文化ルール作りも徹底する。窪田取締役は「業務上の判断が早くなり標準化されてきた。変化が速い消費者に対応するには標準

化は欠かせない」と現状を評価する。ただ「これまでやってきたことは、実はそれほど新しいことではない」ともいう。しかし、オンラインシステムズニューバス事業事業開発1タリブリーターとして進める共同プロジェクトの形は、これまでにはないもの。同社の科学的分析ノウハウを移植するだけでなく、外部の人を入れることで緊張感をもって取り組む決意の表れでもある。

来期は、新しい中期経営計画がスタートする。その中で、プロジェクトの成果を他の5、6ブランドに広げる。歴史がありチームもより大きいブランドが対象となるため「反発もあるかもしれないが、何をしようとしているか理解を得て、素早く成果を出す」考えだ。