

WITH コロナ 3年目の2022年、どのようにリユース企業は成長戦略を描けば良いのか??

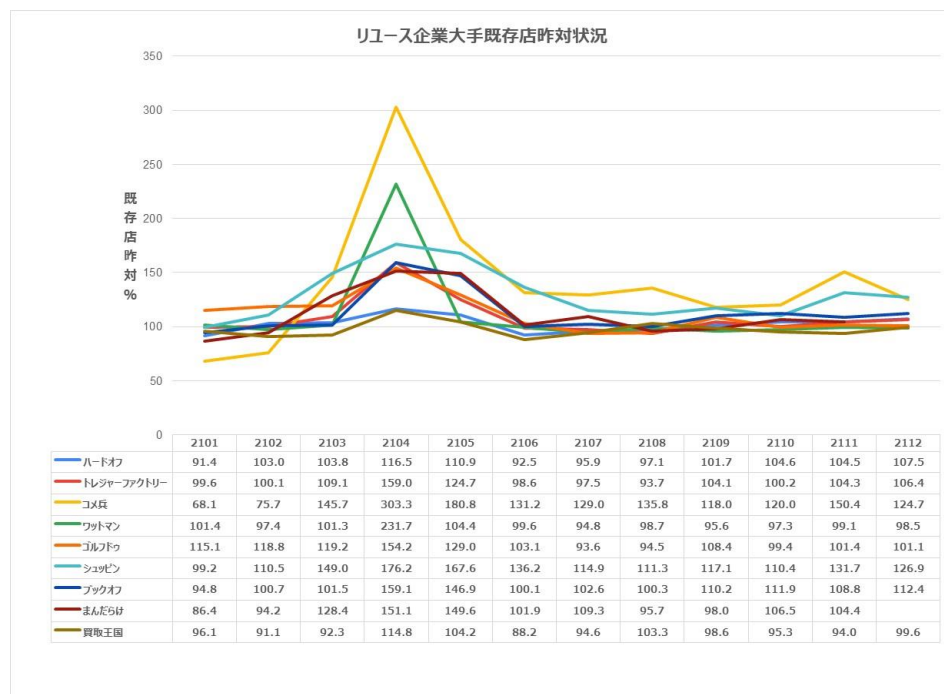
突然のお手紙、失礼致します。

(株)A-DOS、TRC リユースコンサルティングの千馬（せんば）と申します。前職の（株式会社船井総合研究所）から合わせますとリユース業界を専門に17年業績アップコンサルティング、新規事業立ち上げ、社員教育、DX化支援を行っております。既にご存じの方は、いつも本当にありがとうございます。本年も引き続き、どうぞよろしくお願いいたします。

突然ですが、2021年の御社の業績はいかがでしたでしょうか？

WITH コロナ 2年目の2021年、着実に2020年からV字回復をできた会社様、まだまだコロナ以前の水準には届いていない会社様と様々あるかと思えます。

そんな中で、WITH コロナ 3年目の2022年もスタート致しました。大手リユース企業各社の2021年度の営業成績も出揃い、上場企業のIR情報で確認しますと、概ねコロナ1年目の2020年度よりも改善傾向にあり、ますますの営業成績を着地されているケースが見られます。一方で、消費者の生活様式、価値観が急速に変化するスピードに対して、対応できたリユース企業とそうでない企業の差も大きく開いた印象がございます。（下記図をご参照ください。）



※1 大手リユース企業 IR を元に(株)A-DOS 作成

※2 まんだらけのみ、2021年11月までの実績値

好調企業のポイントを大まかですが、上げますと下記の3点だと考えております。

- ① コロナ禍の需要の変化（主に商材、販売買取チャネル）にスピーディーに対応できた企業
- ② DX（デジタルトランスフォーメーション）を着実に推進できたリユース企業
- ③ コロナ禍だからこそ、現場の責任者への教育を積極的に推進できたリユース企業

であると考えております。

私ども TRC リユースコンサルティングで関わっているリユース企業様の 2021 年の営業数値を別途分析しておりますが、会社全体での営業数値はさほど大きくブレは無いものの、営業拠点ごと、事業部ごとの営業成績にはかなりバラつきがあることが分かりました。

では、コロナ禍でも好調に売上、粗利、営業利益を出せた店舗、事業部は何をしていたのでしょうか？また、その店長、責任者はどのような考え方で、どのような現場での実践を行っていたのでしょうか？

私どもでは、そのような好調店舗を運営しているリユース企業様に成功事例を発表頂く機会を2か月に1回開催し、リユース業経営者向け勉強会で成功事例の共有を行っております。また、他企業のリユース店長、事業責任者の方を集い、共に切磋琢磨して学び、実践する店長アカデミーを2020年、2021年と開催しております。

例えば、その勉強会に参加されている企業様の中には、コロナ禍でも下記のような営業成績を残されている店舗もございます。

●**ネット販売を活用せずに、昨対売上 110%、EC 以外の取り組みに注力して昨対粗利 120%のV字回復をした古着 A 店**

●**クラウドツールを活用して人材育成マニュアルをデジタル化。人時生産性 5000 円以上をコンスタントに出している総合リユースショップ B 店**

●**広告費ゼロでブログの書き方、更新方法を変化させただけでホームページのアクセス数 126%を半年で達成した C 店**

●**スニーカーに絞って取り組みを強化し、年間買取金額 1.7 倍を 1 年間で達成した古着店 D 店**

●**コロナ禍で他社がレディース衣料に苦戦する中、取り組みから半年レディース衣料買取 2.5 倍を達成した古着店 E 店**

●取り組みから半年、インスタ経由の新規買取 0 件からインスタ経由新規買取 10 件をコンスタントに出せるようになり、インスタのフォロワー数 4 倍になった古着店 F 店

●過去客名簿をリスト化し、SMS 販促で粗利 40 万をコスト 5000 円で達成した買取専門店 G 店

●スタッフの接客レベルを高めるために接客テンプレートシートを活用して新人スタッフの育成及び買取成約率を 5%以上改善した買取専門店 H 店

●コロナ禍の中、新規立ち上げ。オープン半年で月間買取 476 万を達成した 40 坪メンズブランド古着店 I 店

など、厳しいコロナ禍にも関わらず、立派な営業成績を残している事例を多数見てきました。上記の事例はすべて、私どもが運営している経営者勉強会、店長アカデミーの参加企業の一例です。現場力を徹底強化することで、コロナという困難な状況にあっても、着実に業績を急成長させることに成功することが間違いなく可能であるという事実を認識しました。

上記の事例を作りだした店長・事業責任者が、どのような考え方で、どのような順番で何を実践して成果を出したのかを、弊社代表取締役の福本晃と 2 人で 120 分に凝縮してお伝えするオンラインセミナーを開催させて頂くことになりました。リユース業界で 2022 年以降を飛躍の年にしていきたい前向きなリユース業経営者の方、幹部の方にそのエッセンスをお伝えできればと考えております。

今回、オミクロン株の拡大の難しいタイミングもございますので、オンラインのみ、120 分に絞ってエッセンスを凝縮したミニセミナーを開催させて頂くことになりました。移動時間を気にせず、オンラインで気軽に多くの方にご参加頂けるように、価格も抑えて開催させて頂きました。限定 20 社に絞ってお伝えさせて頂くセミナーになりますので、可能であれば経営者の方、幹部候補、マネージャー候補の方と一緒に聞きいただければ幸いです。オンラインではございますが、皆様にお会いできることを楽しみにしております。

(株)A-DOS
TRC リユースコンサルティング
シニアコンサルタント
千馬雅史