

# 小売業

大分県・アビ・ヒサツネの場合

中小企業IT経営力大賞 審査委員会奨励賞

## 小売の要は鮮度のある売り場提案 結果を視覚的にとらえ、すぐ手を打つには？

最寄の宇佐駅から車で20分ほど。緑濃い山間の道を抜けたところにあるのが大分県宇佐市安心院（あじむ）町。ここがアビ・ヒサツネの創業の地であり、本店を構える町である。同社は婦人物を中心にカジュアル衣料品を小売販売している。現在、大分県と福岡県に9店舗を展開中だ。

安心院町は人口7000人ほどで高齢化が進んでいる。いかに多彩なアイテムをそろえ地域密着型店舗にしていくかがカギだ。一方

大分市内など都市部の店舗は100坪レベルの大型店で、他の郊外型大型店舗との厳しい競争下に置かれている。

**顧客が買いたくなる売り場提案をいかに行うか**

「ニーズが多岐にわたるなかで、それぞれの事情に合わせた店舗の経営フォーマットを持つ必要性が出てきました。さらに大量消費の時代が過ぎお客様の買い方も変わりましたので、売側の提案が求

められるようになりました」

アビ・ヒサツネの久恒達也社長は、きめ細かな売り場提案こそが、小売店の生命線であると考えた。

同社の店舗は独特の商品陳列が特徴だ。同じメーカーや世代別の商品をまとめるのはよくある陳列だが、アビ・ヒサツネでは、例えば、婦人服で人気のあるベストのコーナーが広く取られている。売れ筋のレース編みベストは、コーディネート例とともに複数メーカーの様々な商品が多数並べられている。コーナーづくりは、蒸し暑くなれば湿気対策の肌着、レインブーツが流行する兆しがあれば雨



代表取締役社長 久恒達也 氏

季の前からレインブーツを設けるなど、視点が多様だ。別の商品を買

に来た顧客が、これらの売り場を見て、商品を購入することも多いという。

このように固定的な分類にこだわらず、多角的な観点で売り場を構成することを、同社では「カテゴリマネジメント」と呼んでいる。

「売れるファクターを見つけてそこを広げ、売れないカテゴリは変更する。毎週入れ替えを行って鮮度のある店舗にしていきたい。幸い、店舗へはお客様の50%が1日に1回足を運んでくださるので、次に来店されたときに新しく見えるよう、カテゴリの評価とメンテナンスを1週間単位で行えるようにしています」（久恒社長）

カテゴリマネジメントの勉強を重ねる過程で、カテゴリが顧客に受け入れられたか否かを素早く把握するには、それに応じたデータ



大分市種田店の外観（上）と本店の店舗下

### 会社概要

#### 株式会社アビ・ヒサツネ(旧・久恒衣料)

大分県宇佐市安心院町下毛2032  
 事業内容：衣料品小売業。福岡、大分に9店舗を構える。婦人服から日常品まで品揃えが豊富  
 設立：昭和46年  
 従業員数：151名  
<http://www.avis-hisatsune.com/>

分析が必要とされた。もちろんPOSで商品ごとの売上把握はできているが、1人のバイヤーが取り



戦略企画販促部 部長 富岡 泉氏

社内の構想を取りまとめ、取引先も活用できるWebシステムによって、カテゴリマネジメントシステムを形にした。富岡氏はIT活用推進に貢献した従業員として、中小企業IT経営力大賞の特別賞（中小企業庁長官賞）を受賞している。

扱う商品は6000種にもおよび、単品の動向からカテゴリを評価するのは現実的な作業ではなかったのだ。

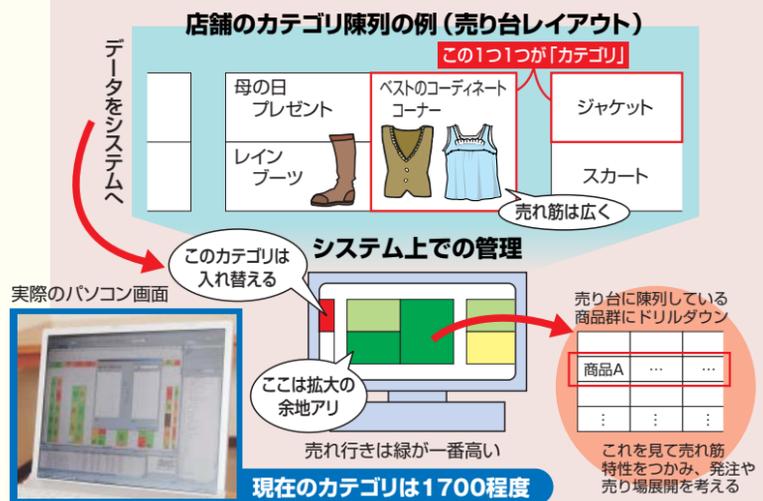
### 売り台ごとに動向を素早くつかむ

そこで、カテゴリ提案の単位となる店舗の売り台ごとに、商品動向を把握するシステムを企画。システム構築を牽引したのは戦略企画販促部の富岡泉氏であった。

「バイヤー、店長・従業員、商品ベンダーの三者が同じデータを見て、カテゴリ単位での良し悪しを判断し次の売り台提案につなげられる仕組みをITで構築しようと考えました」

システム構築にあたっては、店舗販売管理に詳しいITコーディネーター・横山昌司氏の協力も得て、システム仕様書の作成やベンダー選定などを進めた。斬新なシステムであるがゆえ、地域には対応ベンダーがなく、東京のベンダーを持つパッケージソフトを基

### アビ・ヒサツネの取り組み — 鮮度の高い売り場づくり —



### サポーター紹介



ITコーディネータ 横山 昌司 氏  
 横山経営研究所 代表

関西を拠点に活動する横山氏は、一級販売士の資格も持ち、店舗経営への造詣が深い。その経験と知識を買われ、アビ・ヒサツネを支援する専門家からの紹介で、2年ほど前からカテゴリマネジメントシステムの具体化に携わる。遠隔からの支援のため、メールや電話でのアドバイスが中心という。

富岡氏は、「取引先とEDIを行う発想や、売り場の作業性改善、システムの納期管理、効果測定など重要なポイントをアドバイスしていただきました。効果測定の仕方がわかったことで、システム改善への観点が持て、またベンダーへの評価も適正に行えました」と振り返る。

本システムは「平成18年度中小企業戦略的IT化促進事業」に採択され補助金が支給されたが、申請に際しても横山氏が様々なサポートを行ったという。

久恒社長は、「富岡と横山先生の二人がいたことで、この事業が実現できたと思います。私どもはシステムに詳しくはないので、専門家からの助言は非常に役立ちました」と感想を述べる。

情報化責任者がシステム化を推進する際に要所をサポートしていく。これもまたITコーディネータに求められる1つの役割であろう。



バイヤーもデータを見てカテゴリの動向をチェックするのが習慣化しているという。チーフバイヤーの大隈正憲氏(右)と店舗担当の板木氏。ベストの陳列コーナーにて

恒社長は「メーカー側にも売れ行きを意識してもらい、売り場を活性化する提案をいただけるようにしたい」と期待している。

本システムを先行導入した店舗では、モデル部門の売上が前年比103・5%に上昇した。この仕組みを駆使して、地域密着型小売店ならではの魅力ある店づくりが進むことを期待したい。