

経営診断チェックリスト

小 売 部 門 (小売業)

目 次

I. 方 針、計 画	1. 基本方針	204
	2. 重点方針	204
	3. 販売計画	204
II. 市 場	1. サ イ ズ	204
	2. シェア	204
	3. 拠点戦略	204
	4. 市場戦略	205
	5. 市場調査	205
	6. 商圏分析	205
	7. 立 地	205
	8. ライバル	205
	9. 販売基盤	206
III. マーチャンダイジング	1. 品 揃 え	206
	2. 商品のライフサイクル	206
	3. 商品構成	206
	4. 仕 入	206
	5. 売価政策	207
	6. 在 庫	207
IV. 在 庫	1. 在庫政策	207
	2. 在庫内容	207
	3. 在庫管理	207
	4. 品質管理	208
V. 店 舗 管 理	1. 店舗効率	208
	2. 動 線	208
	3. 演 出	208
	4. 店舗管理	209
	5. 設 備	209
	6. テナント	209
VI. 陳 列	1. ディスプレイ	209

	2. 陳 列	209
VII. 販 売 促 進	1. 広告（販促）政策	210
	2. チ ラ シ	210
	3. D. M	210
	4. P. O. P	210
	5. 催 事	211
	6. イメージづくり	211
	7. 顧客サービス	211
VIII. 販 売 管 理	1. 業績管理	211
	2. レジ管理	211
	3. 顧客管理	211
	4. クレーム処理	211
	5. 売上・回収	212
	6. 情 報	212
	7. 販売員管理	212
IX. 人 財	1. 基本動作	212
	2. 身だしなみ	212
	3. コミュニケーション	213
	4. 販売能力（基本技術）	213
	5. バイヤー	213
	6. 幹 部	213
	7. 採 用	213
X. 体 制	1. 販売組織	213
	2. 販売陣容	214
	3. サービス体制	214
	4. 支店管理	214

大項目	小項目	チェックポイント	着 眼 点
一. 方 針 ・ 計 画	1. 基本方針	<ul style="list-style-type: none"> a. 経営方針に基づいた営業方針（店のポリシー）が明確に打ち出されているか b. 営業方針に特徴（差別化）が出ているか c. 中長期ビジョンはあるか d. 方針は幹部、社員（店員）に徹底されているか 	ア. 環境立地条件、店舗面積、資本力、商品特性、客層等を考慮する
	2. 重点方針	<ul style="list-style-type: none"> a. 年度別の重点方針は決められているか b. 重点方針についての実施スケジュール、行動の具体策はできているか 実施状況はチェックされているか 	
	3. 販売計画	<ul style="list-style-type: none"> a. 販売計画は適切に樹立されているか b. 計画（目標）の項目は c. 計画（目標）は全員に徹底されているか d. 計画（目標）予実績チェックはシビアに行なわれているか 	
二. 市 場	1. サイ ズ	<ul style="list-style-type: none"> a. マーケットサイズは縮小か拡大か b. 需給ギャップの対応がとられているか 	
	2. シェア	<ul style="list-style-type: none"> a. シェアは上昇しているか b. シェアは業界何位か c. 地域別のシェアは把握されているか d. シェアアップ戦略は展開されているか e. 商品別シェアは把握されているか 	ア. シェアと利益のギャップはないか
	3. 拠点戦略	<ul style="list-style-type: none"> a. 営業拠点は面展開されているか b. 拠点立地は市場性からみて適切か c. 拠点規模は需要量からみて適切か d. 地域拠点は業界何位になるか e. 拠点は業種及び商品戦略にふさわしいものか 	<ul style="list-style-type: none"> ア. 消費拠点か、物流拠点か イ. 拠点戦略は面か線か点か