

ワンスアラウンドの エリアマネージャー塾

ワンスアラウンド代表 鈴木理善

店舗展開が広域になり店数が増えてくると、本社やブランド本部との距離がだんだん遠くなり、店のコンディションが把握しづらくなります。

そんな問題をなくすために、どの会社でもエリアマネージャーやスーパーバイザー（以下、総称してAMG）制を導入していますが、いまひとつうまく機能していないようで、最近、業種業態を問わずAMG教育の依頼が増えています。

その理由は、

●優秀な店長をAMGにしたのに、なかなか期待通りの成果が出ない。

●AMGに対して体系的に教育をしたことがないので、仕事の仕方が属人的でAMGが代わるたびに現場が混乱してしまっ
などなど。

一方で、AMGの悩みは、

●店長から急にAMGに任命されたが、複数店舗をどうやってマネジメントしたらよいか分からない！

●不振店対策や退職希望者のカウンセリング、クレーム処理、本部とのミーティングなど、やるべきことが多く、何から手を付けてよいか優先順位が決められない！

など、新人AMGの悲痛な声もあります。

今回から始まるワンスアラウンドの「エリアマネージャー塾」は、そんな悩みを抱えている皆さんに少しでもお役に立てればと考え、連載することになりましたのでよろしくお願いたします。

店巡回のポイント 現場はウソをつかない

ブランド本部の方針や計画が店の役に立っているか？

- ・販売戦略・作戦の確認
- ・品揃え力の確認

店の体力が上がっているか？

- ・人事の把握
- ・本部・店方針、実行項目の進捗状況確認
- ・店の弱点や欠陥の発見

本社諸機能が店の役に立っているか？

- ・会社の理念の浸透度合いの確認
- ・本社・本部内の諸機能の稼働状況確認

巡回により分かった課題を次の三つに仕分けして解決する

1. 店で解決する課題
2. 本部に持ち帰り解決する課題
3. 物流やシステムなど、本社に提案し、解決する課題

AMGとは
店長や店スタッフが
楽に、そして楽しく仕事ができる環境をつくる人！

AMGとして成果を出している人と成果を出せていない人の違いは以下の通りです。

①店長時代の成果を出したやり方が忘れられず「自分がやれば成果が出るのに！」と思っている
大店長型のAMG
↓成果を出しているAMGは店長やスタッフに寄り添ったマネジメントをしています。

②店舗情報も取らず、店巡回の目的も決めず、店に行つて「何か問題ある？」と聞いている御用聞き型のAMG
↓成果を出しているAMGは本部計画との差異をデータから読み取り、商品部や販売部などからも店舗情報や依頼事項を聞き、目的を持って巡回しています。

このように、AMGがやらなければならないことを間違つてしまうと、現場のモチベーションが落ちてしまい、お客様に対するサービスや営業活動に大きな影響が出てしまいます。

AMGが大切にしてほしい
五つの掟

連載スタートに当たり、働く人々を楽にし、楽しく仕事ができる環境をつくるために必要な「AMG五つのオキテ」を解説しますので、ぜひ



実践してみてください。詳しい内容については、今後の連載の中で解説していきます。

〈その1〉

AMGは部下と会社を愛する人であれ

・ エリアのスタッフに会社の理念を（ショップで）熱く語っていますか？

・ エリアや店のビジョン（こんなエリア・店にしたいという目標）はありますか？ それをスタッフ全員と共有していますか？

〈その2〉

AMGは最も勉強している（情報を大事にする）人であれ

・ 社内外の好調店舗の情報を集め、店長と共有していますか？

・ 店舗巡回のときにディベロッパと情報交換していますか？

・ ビジネス書を読んだり、話題になっている店や街などに行っていますか？

〈その3〉

AMGは方向性を決める人であれ

・ エリアの年度計画、店の年度計画、そして月度計画はありますか？

・ それを実行するための5W1Hを店長と共有していますか？

・ 目標達成のPDCAを回す仕組みはありますか？

その1 部下と会社を愛する

（ミッション）

「自分は何のために仕事をしているのか？」を熱く語る人

その2 最も勉強している

（向上心）

「チームはリーダーの人格以上にはならない」強いエリアをつくり上げるためにも、現状に満足せず、常に学ぶ心を持つチームをつくる人

その3 方向性を決める

（コミットメント）

目標を決め、その目標を達成させるための具体的な実行項目（5W1H）を決め、店をゴールに導く人

その4 コミュニケーションと
コンセンサスを大切に

（チームの生命線）

エリアマネージャーは本部とお店をつなぎ、お店の体力と気力を上げる人

その5 人材を開発する

（得意を伸ばす）

店長の強み（得意）を伸ばし、弱みはスタッフがカバーするチームをつくる人

エリアマネージャー
五つのオキテ

か？

〈その4〉

AMGはコミュニケーションとコンセンサスを大切にする人であれ

・ エリア内の報連相は健全に作動していますか？
エリア内の報連相はAMGが最もこだわらなければならぬことであり、本社や本部が期待していることです。あるドラマの「事件は現場で起きている！」の言葉は有名ですが、全てのことは本社や本部では見えない現場（店）で起きています。
・ 方針や計画などは、新人店長が分かる言葉で話していますか？

〈その5〉

AMGは人材を開発する人であれ

・ 人材開発のための独自の育成の場をつくっていますか？
・ AMGになつてから何人のスタッフをキャリアアップさせましたか？
・ 店長の業務評価とフィードバックは定期的に行っていますか？（フィードバックが人材育成のポイント）

以上、これから始まる連載に先駆けて、「AMGとは？」について解説しましたが、次回からは弊社主催の「エリアマネージャー塾」のメイン講師の古賀智映子が、より具体的に、より実践的に解説していきますのでご期待ください。