

店頭実現率大幅UP！

ラウンダーサービス導入ガイド

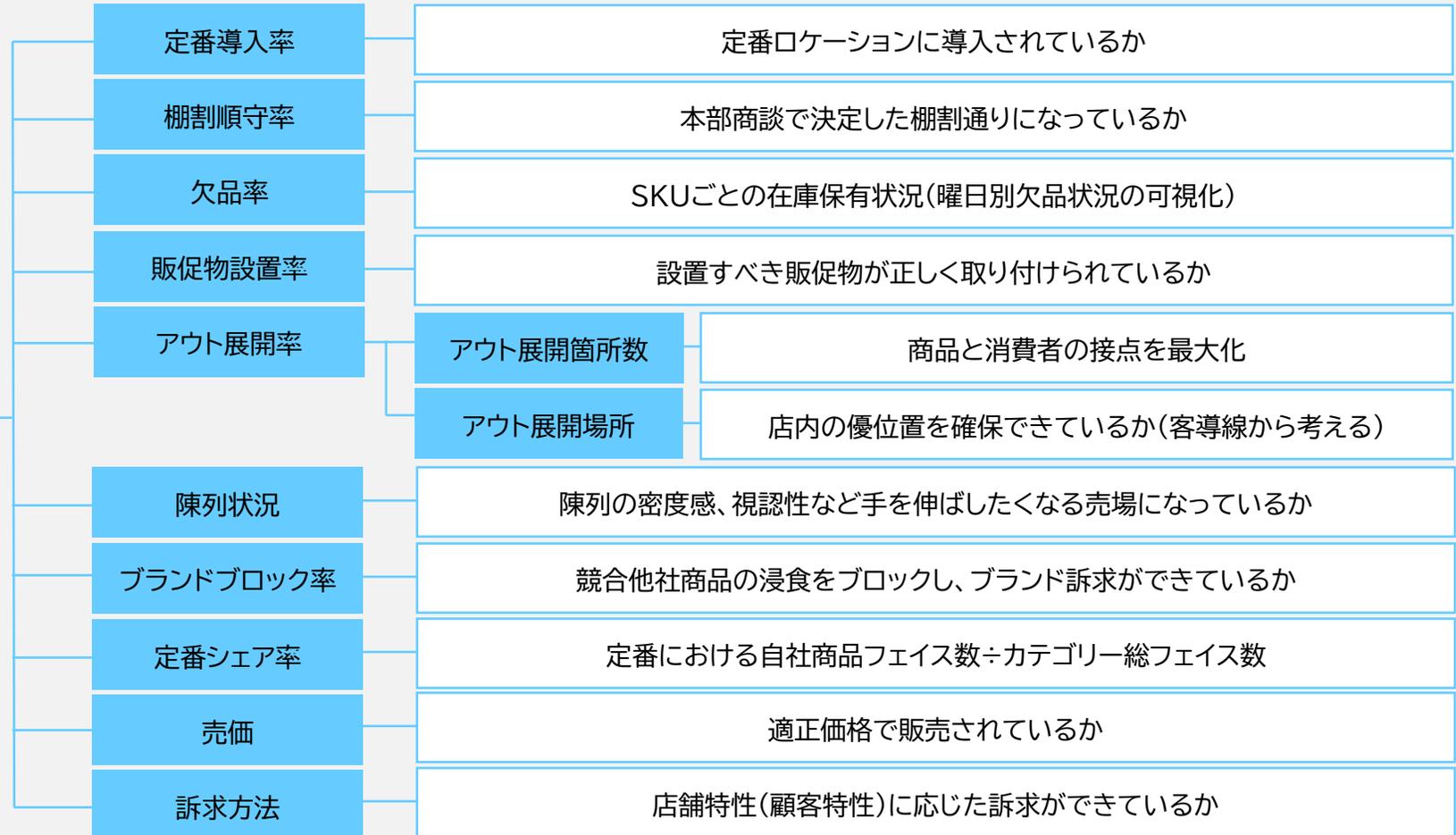
ラウンダー活動店舗選定戦略



第8章 ラウンダー活動店舗選定戦略

売上が最大化する売場の理想形を明確に定義し、実現率の最大化を進めることが重要です

売場の理想形を実現するために必要な要素



※パーフェクトストア=ブランド認知・売上が最大化するために売場のあるべき形

店頭実現率を最大化するためには実行内容とゴールを明確にすることが重要です

情報に「抜け」「漏れ」「ダブリ」がなく、情報の受け手側であるラウンダーの「**解釈が生まれないこと**」と「**活動のゴールを明確にすること**」が重要

どのチェーン(店舗で)

どのチェーン(店舗)における活動なのか

同一チェーンでもエリア・立地等によって活動内容が微妙に異なる場合があるため、どこで行う活動なのかを明確にする必要があります。

どの商品を(カテゴリー)

どの商品(ブランド・カテゴリー)の活動なのか

活動すべき商品のSKUが複数ある場合は、そのSKUを明確にする必要があります。やるべき商品とやらない商品が分からないことで期待する売場が未実現となります。

いつまでに(期限・期間)

いつまで実施すべきか、どれくらいの期間の活動なのか

期限・期間がある場合は明確にすることで、活動スケジュールが変わってきます。時間軸の概念が無いとラウンダーの巡回しやすさによるスケジュールになってしまいます。

どこで(売場)

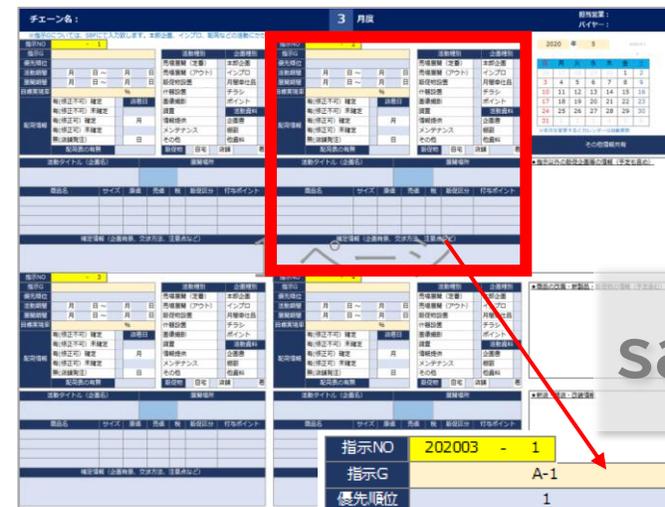
店舗のどのあたりの売場で展開すべきなのか

展開すべき売場をある程度絞った指示をすることで、売上の最大化に繋がります。「どの売場が適正なのか」をラウンダー個人の主観に左右されるのを防止します。

どのように(陳列)

どのような展開イメージで陳列するのか

エンド・プロモーション・定番プロモーション・ステージなど陳列方法が数多くあります。その商品(ブランド)に最も適した陳列が売上やブランドイメージに繋がります。



sample

指示NO	202003 - 1	活動種別	企画種別
指示G	A-1	売場展開 (定番)	本部企画 ●
優先順位	1	売場展開 (アウト)	● インプロ
活動期間	3月1日 ~ 3月30日	販促物設置	● 月間奉仕品
展開期間	3月10日 ~ 3月9日	画像撮影	● チラシ
目標実現率	90 %	調査	● ポイント
配荷情報	有(修正不可) 確定	● 配荷日	活動資料
	有(修正不可) 未確定	6	情報提供
	有(修正可) 確定	月	デモ販売
	有(修正可) 未確定	8	企画書
無(店舗発注)	日	メンテナンス	● 棚割
配荷表の有無	有	その他	● 他資料
		販促物情報	● 店舗
			● 自宅
			なし
活動タイトル (企画名)		展開場所	
	本部決定有	エンド	
商品名	展開方法		
	エンド最上段に展開		
補足情報 (企画背景、交渉方法、注意点など)			
本部企画エンドはマスト、これ以外に客動線を踏まえて露出・認知できる箇所に追加箇所への展開交渉をお願いします。			

第8章 ラウンダー活動店舗選定戦略

費用対効果を高めるための店舗選定の考え方

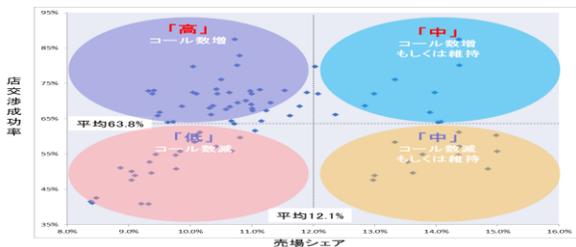
売上実績をもとにチェーン・店舗ランクを設定さらに店舗KPIも加味して、店頭活動におけるROI向上を目指します

店舗・チェーンの ランク付けのためのKPI・基 準設定

<想定店舗KPI>

- ・ 売場シェア (フェース)
- ・ 商品配荷率
- ・ 新商品配荷率
- ・ アウト展開実施率
- ・ 企画売場実施率
- ・ 販促物設置率

<ランク付け基準>



店舗KPIトレース と各データの相関分析

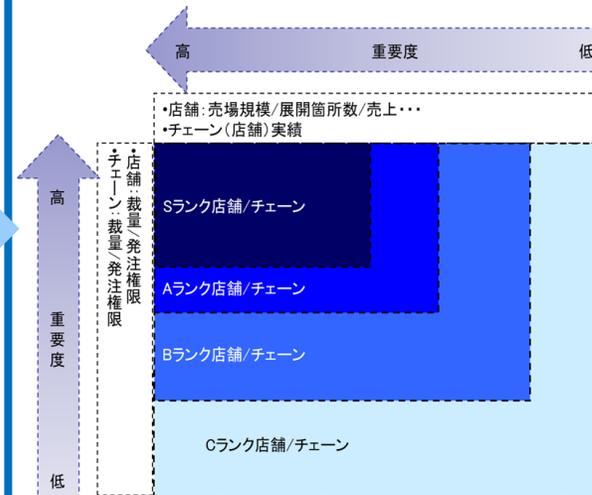
<店舗KPIのトレース>

店舗名	00がゴリー売場シェア															
	10月	11月	12月	1月												
店舗A

<実データとの相関分析>

No.	店舗名	店舗売場シェア	店舗からの情報				店舗からの情報				店舗からの情報					
			POP設置	POP設置	POP設置	POP設置	POP設置	POP設置	POP設置	POP設置	POP設置	POP設置	POP設置	POP設置		
1	店舗A	...	O	O	O	O

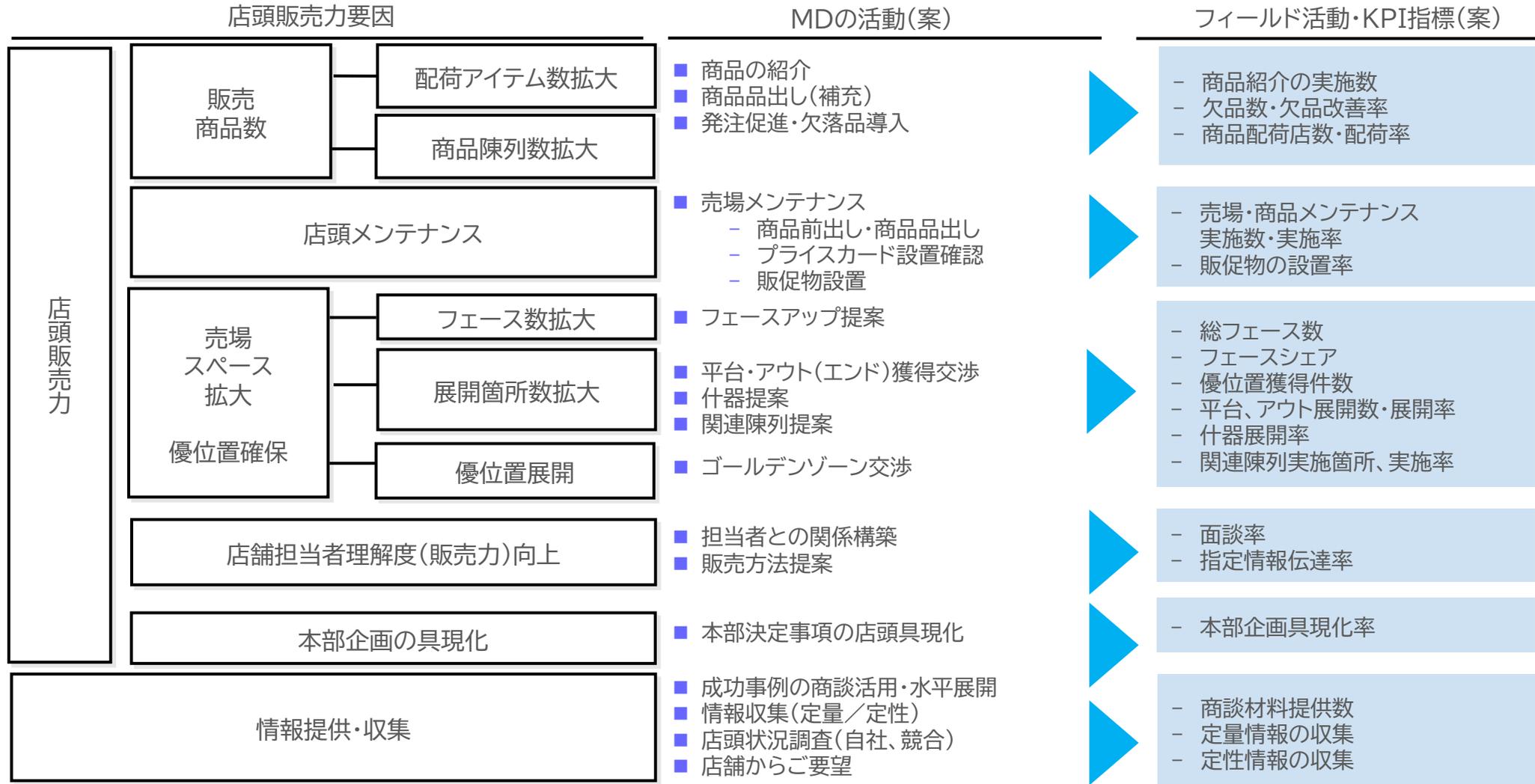
店舗・チェーンのランク 再設定 →ランク毎の活動内容の変更



- 例)
- Sランク店は月に4回以上
 - Aランク店は月に1~2回
 - Bランク店は定期訪問からスポットに変更
 - Cランク店は調査のみ

ランクの低い店舗は可視化調査のみを実施するなど、店舗選定、活動内容の変更、ラウンダー形態の組み合わせによりラウンダー投下コストを調整

活動のKPIはクライアントごとに注力項目かつ効果的な店頭活動に基づき設定します



第8章 ラウンダー活動店舗選定戦略

活動のKPIに売場のポテンシャルや裁量の有無を加味し、今後の可能性を判断することで効果的な店舗選定を行うことが可能です

店舗に起因するKPI項目 × 売場ポテンシャル × 店舗裁量 = 店舗選定

- ・売場シェア(フェース)
- ・商品配荷率
- ・新商品配荷率
- ・アウト展開実施率
- ・企画売場実施率
- ・販促物設置率



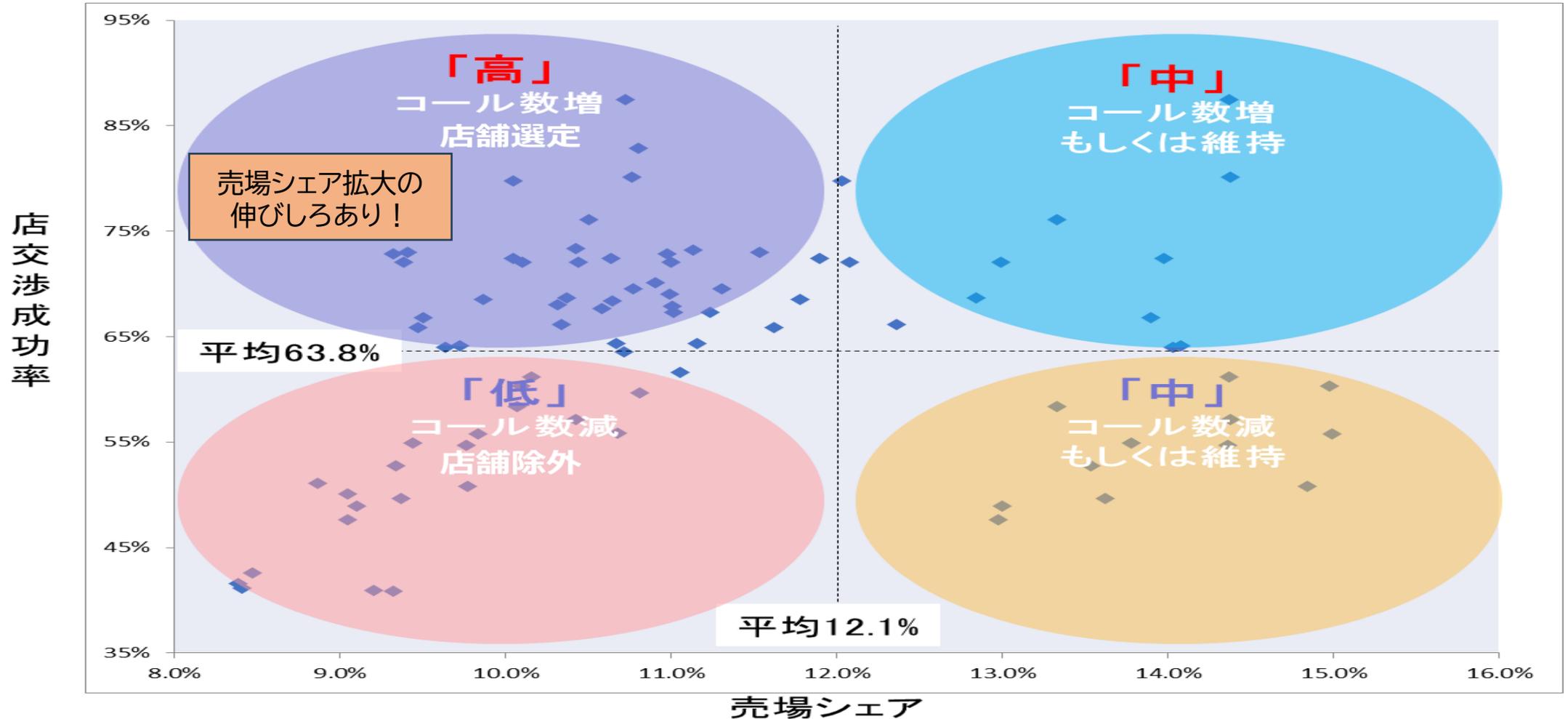
店舗選定
店舗選定
各KPI項目について拡大余地があり
店舗交渉で実施可能

現状維持

各KPI項目について拡大余地があるが、
店舗交渉で実施不可
~~~~~  
各KPI項目について拡大余地はないが、  
店舗交渉実施可能

**店舗除外**  
各KPI項目について拡大余地がなく  
店舗交渉も不可

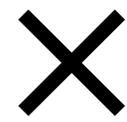
“KPI項目 × 売場ポテンシャル × 店舗裁量” を把握して  
店舗選定、コール頻度を設定します



## 店舗KPIを用いた活動店舗選定

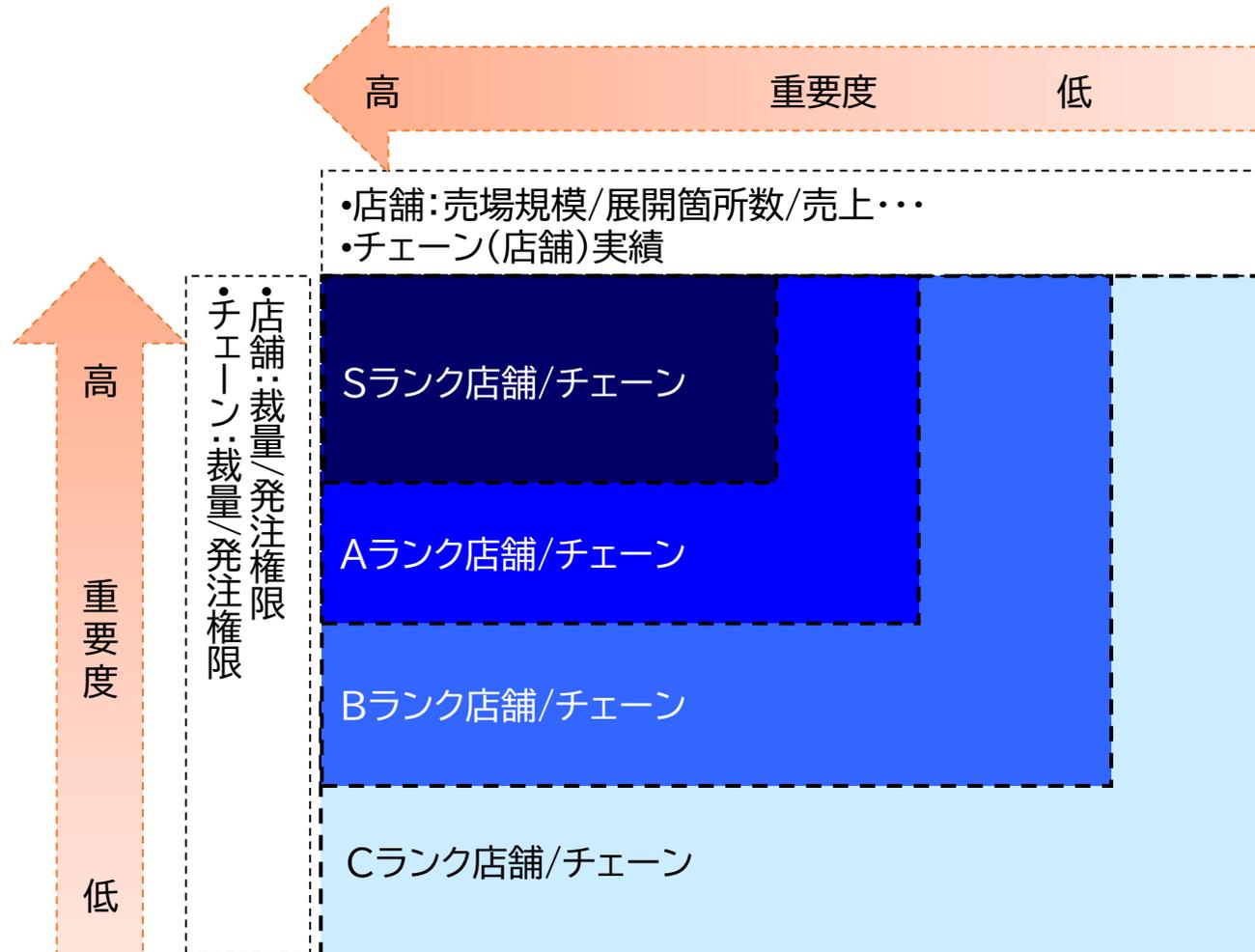
例えば、売場シェアで設定したKPI項目を店舗単位でトレースし、店舗ランキングを作成します  
 ラウンダー以外の要因で売場シェアが低い状態が続く場合は店舗選定を見直し、より効果的な活動へ  
 ※ラウンダー個人に起因していないかを並行して検証します

| 店舗名 | 〇〇カテゴリー売場シェア |       |       |       |       |       | 〇〇カテゴリー売場シェア |       |       |       |       |       | 〇〇カテゴリー売場シェア |       |       |       |       |       | 3カテゴリー<br>トータルスコア |
|-----|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------|
|     | 7月           | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 7月           | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 7月           | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   |                   |
|     | 52.0%        | 53.0% | 51.0% | 50.0% | 51.0% | 53.0% | 51.0%        | 52.0% | 51.0% | 46.0% | 47.0% | 48.0% | 50.0%        | 38.0% | 38.0% | 39.0% | 40.0% | 52.0% | 48%               |
|     | 51.0%        | 51.0% | 53.0% | 51.0% | 50.0% | 52.0% | 51.0%        | 52.0% | 20.0% | 19.0% | 51.0% | 53.0% | 51.0%        | 52.0% | 52.0% | 51.0% | 51.0% | 34.0% | 47%               |
|     | 51.0%        | 52.0% | 52.0% | 52.0% | 53.0% | 52.0% | 51.0%        | 36.0% | 36.0% | 39.0% | 36.0% | 37.0% | 52.0%        | 52.0% | 53.0% | 51.0% | 36.0% | 37.0% | 46%               |
|     | 48.0%        | 48.0% | 48.0% | 47.0% | 49.0% | 47.0% | 48.0%        | 22.0% | 23.0% | 37.0% | 35.0% | 36.0% | 47.0%        | 31.0% | 32.0% | 48.0% | 45.0% | 46.0% | 41%               |
|     | 47.0%        | 46.0% | 47.0% | 48.0% | 48.0% | 47.0% | 47.0%        | 23.0% | 22.0% | 26.0% | 25.0% | 35.0% | 47.0%        | 33.0% | 34.0% | 37.0% | 34.0% | 35.0% | 38%               |
|     | 45.0%        | 45.0% | 45.0% | 47.0% | 47.0% | 48.0% | 45.0%        | 21.0% | 22.0% | 25.0% | 26.0% | 45.0% | 48.0%        | 31.0% | 32.0% | 48.0% | 22.0% | 48.0% | 38%               |
|     | 42.0%        | 43.0% | 43.0% | 42.0% | 43.0% | 44.0% | 42.0%        | 30.0% | 31.0% | 25.0% | 26.0% | 43.0% | 36.0%        | 48.0% | 48.0% | 40.0% | 36.0% | 38.0% | 39%               |
|     | 38.0%        | 37.0% | 38.0% | 40.0% | 42.0% | 43.0% | 38.0%        | 30.0% | 31.0% | 32.0% | 37.0% | 38.0% | 42.0%        | 25.0% | 26.0% | 46.0% | 42.0% | 45.0% | 37%               |
|     | 37.0%        | 38.0% | 37.0% | 38.0% | 40.0% | 40.0% | 37.0%        | 30.0% | 31.0% | 31.0% | 38.0% | 37.0% | 38.0%        | 52.0% | 52.0% | 40.0% | 37.0% | 39.0% | 38%               |
|     | 37.0%        | 36.0% | 37.0% | 38.0% | 39.0% | 38.0% | 37.0%        | 28.0% | 29.0% | 30.0% | 36.0% | 37.0% | 38.0%        | 40.0% | 43.0% | 45.0% | 37.0% | 40.0% | 37%               |
|     | 36.0%        | 36.0% | 36.0% | 36.0% | 37.0% | 38.0% | 36.0%        | 37.0% | 38.0% | 39.0% | 36.0% | 36.0% | 40.0%        | 23.0% | 24.0% | 45.0% | 38.0% | 41.0% | 36%               |
|     | 34.0%        | 35.0% | 36.0% | 36.0% | 36.0% | 39.0% | 34.0%        | 35.0% | 36.0% | 37.0% | 35.0% | 36.0% | 36.0%        | 39.0% | 39.0% | 39.0% | 34.0% | 36.0% | 36%               |
|     | 32.0%        | 33.0% | 34.0% | 34.0% | 35.0% | 35.0% | 32.0%        | 33.0% | 34.0% | 35.0% | 33.0% | 34.0% | 34.0%        | 35.0% | 36.0% | 37.0% | 32.0% | 34.0% | 34%               |
|     | 30.0%        | 32.0% | 32.0% | 33.0% | 34.0% | 35.0% | 30.0%        | 32.0% | 33.0% | 34.0% | 32.0% | 32.0% | 33.0%        | 35.0% | 36.0% | 37.0% | 30.0% | 33.0% | 33%               |
|     | 29.0%        | 30.0% | 30.0% | 31.0% | 33.0% | 33.0% | 29.0%        | 30.0% | 31.0% | 32.0% | 30.0% | 30.0% | 26.0%        | 51.0% | 53.0% | 51.0% | 50.0% | 27.0% | 35%               |
|     | 29.0%        | 29.0% | 29.0% | 31.0% | 32.0% | 32.0% | 29.0%        | 30.0% | 31.0% | 32.0% | 29.0% | 29.0% | 25.0%        | 52.0% | 52.0% | 52.0% | 53.0% | 27.0% | 35%               |
|     | 29.0%        | 29.0% | 29.0% | 29.0% | 30.0% | 30.0% | 29.0%        | 30.0% | 31.0% | 31.0% | 29.0% | 29.0% | 31.0%        | 33.0% | 34.0% | 35.0% | 29.0% | 31.0% | 30%               |
|     | 28.0%        | 27.0% | 27.0% | 29.0% | 30.0% | 30.0% | 28.0%        | 28.0% | 29.0% | 30.0% | 27.0% | 27.0% | 31.0%        | 32.0% | 33.0% | 34.0% | 29.0% | 31.0% | 29%               |
|     | 28.0%        | 29.0% | 28.0% | 27.0% | 29.0% | 28.0% | 28.0%        | 28.0% | 28.0% | 29.0% | 29.0% | 28.0% | 26.0%        | 48.0% | 48.0% | 47.0% | 49.0% | 25.0% | 32%               |
|     | 27.0%        | 27.0% | 28.0% | 28.0% | 28.0% | 29.0% | 27.0%        | 27.0% | 28.0% | 29.0% | 27.0% | 27.0% | 29.0%        | 30.0% | 31.0% | 33.0% | 29.0% | 31.0% | 29%               |
|     | 27.0%        | 26.0% | 26.0% | 26.0% | 26.0% | 27.0% | 27.0%        | 27.0% | 27.0% | 26.0% | 26.0% | 26.0% | 29.0%        | 30.0% | 30.0% | 31.0% | 28.0% | 29.0% | 28%               |
|     | 26.0%        | 25.0% | 26.0% | 25.0% | 26.0% | 26.0% | 26.0%        | 27.0% | 27.0% | 27.0% | 25.0% | 26.0% | 27.0%        | 28.0% | 29.0% | 30.0% | 28.0% | 28.0% | 27%               |
|     | 26.0%        | 25.0% | 25.0% | 26.0% | 25.0% | 25.0% | 26.0%        | 26.0% | 25.0% | 25.0% | 25.0% | 25.0% | 28.0%        | 29.0% | 29.0% | 30.0% | 27.0% | 28.0% | 26%               |
|     | 25.0%        | 24.0% | 25.0% | 26.0% | 26.0% | 26.0% | 25.0%        | 26.0% | 25.0% | 25.0% | 24.0% | 25.0% | 19.0%        | 32.0% | 33.0% | 34.0% | 32.0% | 21.0% | 26%               |
|     | 23.0%        | 22.0% | 23.0% | 24.0% | 25.0% | 26.0% | 23.0%        | 25.0% | 25.0% | 26.0% | 22.0% | 23.0% | 19.0%        | 30.0% | 31.0% | 32.0% | 30.0% | 22.0% | 25%               |
|     | 22.0%        | 23.0% | 22.0% | 24.0% | 25.0% | 25.0% | 22.0%        | 24.0% | 25.0% | 26.0% | 23.0% | 22.0% | 26.0%        | 26.0% | 26.0% | 27.0% | 25.0% | 25.0% | 24%               |
|     | 20.0%        | 21.0% | 22.0% | 23.0% | 22.0% | 22.0% | 20.0%        | 22.0% | 23.0% | 24.0% | 21.0% | 22.0% | 24.0%        | 26.0% | 26.0% | 27.0% | 23.0% | 25.0% | 23%               |
|     | 19.0%        | 18.0% | 19.0% | 20.0% | 21.0% | 22.0% | 26.0%        | 25.0% | 21.0% | 22.0% | 18.0% | 19.0% | 20.0%        | 35.0% | 36.0% | 37.0% | 35.0% | 21.0% | 24%               |
|     | 19.0%        | 19.0% | 19.0% | 20.0% | 20.0% | 21.0% | 25.0%        | 25.0% | 21.0% | 22.0% | 19.0% | 19.0% | 24.0%        | 25.0% | 25.0% | 26.0% | 22.0% | 25.0% | 22%               |
|     | 19.0%        | 19.0% | 19.0% | 19.0% | 20.0% | 21.0% | 19.0%        | 22.0% | 22.0% | 21.0% | 19.0% | 19.0% | 19.0%        | 33.0% | 34.0% | 35.0% | 33.0% | 22.0% | 23%               |
|     | 19.0%        | 19.0% | 18.0% | 19.0% | 19.0% | 20.0% | 19.0%        | 30.0% | 31.0% | 37.0% | 38.0% | 39.0% | 23.0%        | 22.0% | 23.0% | 25.0% | 20.0% | 23.0% | 25%               |
|     | 19.0%        | 18.0% | 18.0% | 19.0% | 19.0% | 20.0% | 19.0%        | 30.0% | 31.0% | 36.0% | 36.0% | 37.0% | 18.0%        | 18.0% | 20.0% | 20.0% | 19.0% | 20.0% | 23%               |
|     | 19.0%        | 17.0% | 18.0% | 18.0% | 18.0% | 18.0% | 19.0%        | 20.0% | 20.0% | 36.0% | 36.0% | 36.0% | 18.0%        | 18.0% | 19.0% | 19.0% | 20.0% | 20.0% | 22%               |
|     | 19.0%        | 18.0% | 18.0% | 18.0% | 18.0% | 18.0% | 19.0%        | 20.0% | 20.0% | 34.0% | 34.0% | 35.0% | 18.0%        | 18.0% | 19.0% | 19.0% | 20.0% | 20.0% | 21%               |
|     | 19.0%        | 19.0% | 19.0% | 18.0% | 18.0% | 18.0% | 19.0%        | 19.0% | 20.0% | 32.0% | 33.0% | 34.0% | 20.0%        | 22.0% | 23.0% | 23.0% | 19.0% | 21.0% | 22%               |
|     | 19.0%        | 19.0% | 18.0% | 19.0% | 19.0% | 19.0% | 19.0%        | 19.0% | 21.0% | 20.0% | 19.0% | 18.0% | 19.0%        | 19.0% | 19.0% | 19.0% | 21.0% | 19.0% | 19%               |
|     | 19.0%        | 19.0% | 18.0% | 17.0% | 18.0% | 19.0% | 19.0%        | 19.0% | 20.0% | 20.0% | 19.0% | 18.0% | 17.0%        | 19.0% | 18.0% | 18.0% | 19.0% | 20.0% | 19%               |
|     | 19.0%        | 18.0% | 19.0% | 16.0% | 17.0% | 18.0% | 19.0%        | 18.0% | 19.0% | 19.0% | 18.0% | 19.0% | 16.0%        | 18.0% | 18.0% | 18.0% | 19.0% | 19.0% | 18%               |



- ・商品配荷率
- ・新商品配荷率
- ・アウト展開実施率
- ・企画売場実施率
- ・販促物設置率
- ・POS
- ・チェーンとの取組状況

チェーン・店舗にランク設定を行い、ランクに応じたコール数設定や雇用形態を組み合わせた体制構築によりROI向上を目指すことも可能です



ROI向上を目指しランクに合わせたラウンダー体制と訪店回数を設定

例)

Sランク店:【定期】月に3~4回

Aランク店:【定期】月に2回

Bランク店:【定期】月に1回

Cランク店:【スポット】2ヶ月に1回(必要に応じて)

# 第8章 ラウンダー活動店舗選定戦略

売上実績 × 店舗ポテンシャル・裁量(チェーン軸、店舗軸)から店舗を選定することで効果を最大化します

● and条件 (且つ)      ▲ or条件 (または)

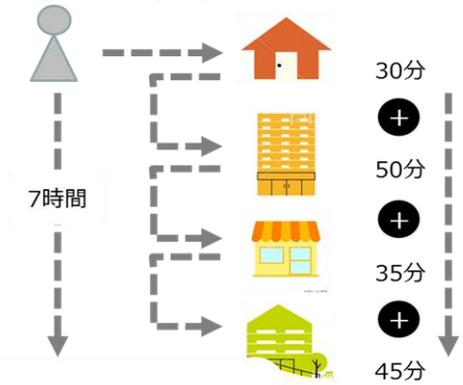
| 店舗選定軸         |            | チェーン軸         | 売上軸             | ラウンダー活動実績軸 |          |         |               |      | 選定店舗数      | 累積店舗数 | 累積店舗数 (%) | レギュラーとスポットの組み合わせ案                    | コール数設定      |         |
|---------------|------------|---------------|-----------------|------------|----------|---------|---------------|------|------------|-------|-----------|--------------------------------------|-------------|---------|
| データソース        |            | 〇年小売セグメンテーション | 実績              | 定番外新規配荷可能  | 什器新規配荷可能 | POP設置可能 | キャンペーンボード設置可能 | TV設置 |            |       |           |                                      | 月間コール数      | 月間総コール数 |
| 選定<br>ランク     | <b>最重要</b> | Aチェーン         |                 |            |          |         |               |      | <b>211</b> | 211   | 9%        | レギュラー (基幹店) + ボリューム                  | 2           | 422     |
|               | <b>SS</b>  | B群            |                 |            |          |         |               |      | <b>659</b> | 870   | 36%       | レギュラー (基幹店) + ボリューム                  | 2           | 1318    |
|               | <b>S</b>   |               | 上位30%           | ●          | ●        |         |               |      | <b>152</b> | 1022  | 42%       | レギュラー (チェーン単位判断)<br>+ ボリューム (個店単位判断) | 1           | 152     |
|               | <b>A</b>   |               | 上位70%           | ●          | ●        |         |               |      | <b>229</b> | 1251  | 52%       | レギュラー (チェーン単位判断)<br>+ ボリューム (個店単位判断) | 1           | 229     |
|               | <b>B</b>   |               | 上位70%           | ▲          | ▲        |         |               |      | <b>182</b> | 1433  | 59%       | レギュラー (2か月に1回) or スポット               | 0.5         | 91      |
|               | <b>C</b>   |               | 上位70%           |            |          | ▲       | ▲             | ▲    | <b>419</b> | 1852  | 76%       | スポット対応 (〇チェーンメイン)                    | 0.3         | 125.7   |
|               | <b>D</b>   |               | 上位30%<br>または70% |            |          |         |               |      | <b>67</b>  | 1919  | 79%       | スポット対応                               | 0.2         | 13.4    |
| 選定店舗合計        |            |               |                 |            |          |         |               |      | 1919       |       |           | 月間総コール数                              | 月間総<br>コール数 | 2351.1  |
| 選定対象外店舗       |            |               |                 |            |          |         |               |      | 503        |       |           |                                      |             |         |
| 全体 (現在の回訪店舗数) |            |               |                 |            |          |         |               |      | 2422       |       |           |                                      |             |         |

# 第8章 ラウンダー活動店舗選定戦略

チェーン・店舗戦略に基づき、mitoriz独自のボリューム契約ラウンダーを導入(部分導入)することでROI改善が可能です

<ボリューム契約と従来型との比較>

■従来の時間拘束型ラウンダー



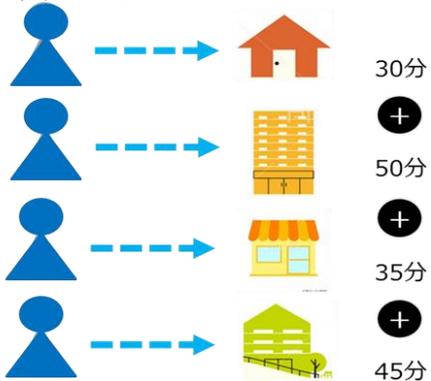
移動時間=>必要

4店舗 160分

交通費=>必要

7時間のコスト

■ボリューム契約ラウンダー



移動時間=>不要

4店舗 160分

交通費=>不要

160分のコスト

コスト  
メリット

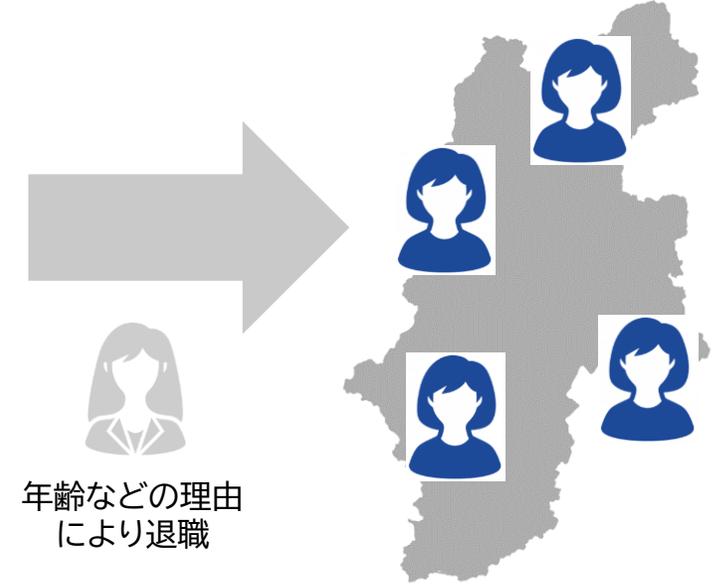
フルタイム雇用の場合、1日4店舗巡回、1店舗あたりの平均活動時間40分に対して報酬が7時間分となっていたのが、ボリューム契約の場合、店頭活動160分の報酬のみが発生する。

例)長野エリア  
県北を中心にラウンダー1名  
県全域を担当



県全域を担当するため  
移動時間がかかり、  
訪問効率が悪い

ボリューム契約ラウンダーを  
4名配置



ボリューム契約ラウンダーを  
配置することで移動効率UP・  
コストダウン

THANK YOU

