

第 2 章 輝いている店のコンピテンシーと商店経営の基本チェックリスト

コンピテンシーとは、本来は人事用語で、簡単に言えば仕事がよくできる人に見られる行動特性と
いうことである。今回の店舗調査で、輝いている店、三ツ星をあげてよい店、すなわち主に中心市街
地であって、より多くお客様を集め、より多くお客様が出入りしている店、あるいは行列ができてい
る店には、それなりの理由（わけ）や秘密があるであろうということで、それを、人事用語を借りて
コンピテンシーと称することとした。

それを、経営基本・商品面・店舗面・接客サービス面・付加価値そして価格面に分類し、さらに整
理を加えると、下記の表のような形になる。輝いている店、三ツ星店には、こうした要素が、全てで
はないが、より多くあるということである。

個店（中心市街地・中心商店街などにおける個々の店）の活性化、魅力づくりのための参考になれ
ば幸いである。

一方、輝いている店、三ツ星店は、そうした目立つコンピテンシーのかげに隠れているが、店とし
ての基本や（お客様や合理的な経営手法からして）「あたりまえのこと」がしっかりできていることも
見逃せない。

本章の後半では、商店経営の基本100項目をあげ、それをチェックリスト方式にした。また、そ
れをチェックした結果の評価についても、できるだけビジュアルになるような形にした。輝いている
店、三ツ星店をめざすなら、またはめざす前に、総合的にチェックされることも有意義と思われる。

1. 輝いている店のコンピテンシー

輝いている店、三ツ星店には、何かがある。後述のそれぞれの店を調査した結果、次のようなコン
ピテンシー（行動特性）が確認または推定された。

それは、決定的なコンピテンシーを持っている店もあるし、いくつかのコンピテンシーがバランス
よく組み合わさっている店もあるし、さらに、決定的なものはないが多くのコンピテンシー的な要素
が集積されて輝いているというケースもある。

多くのコンピテンシーを、まずは、キーワードで集約し、次に、経営基本・商品面・店舗面・接客
サービス面そして付加価値面及び価格面に整理・分類して、リストアップしたが、経営者が自主診断
（自主チェック）する際や、中小企業診断士が商業診断をする場合の切り口や診断ポイントになれば
幸いである。

【輝いている店のキーワード】

- ①コンセプト → 明確なコンセプトがある
- ②こだわり・哲学 → 経営者及び企業にさまざまなこだわりやそのベースとなる「哲学」がある
- ③人間的魅力 → 経営者の人間的魅力がある
- ④おもい → 経営者・店長・従業員におもい（志や熱意、意欲やモチベーション、やる気がある）
- ⑤お客様の顔 → 対象顧客が明確で、顔の見える顧客
- ⑥コミュニケーション → お客様とのコミュニケーションやお客様へのアプローチ
お客様の視線・視点
- ⑦リピーター → お客様1人1人を大切にし、多くのリピーターからの信頼を得ている
- ⑧逸品 → 名物、看板商品、洗練されたサービスなどがある
- ⑨自家製 → オリジナル、作って売る（企画開発販売または製造販売）
- ⑩限定 → ここだけ、いまだけ、これだけ
- ⑪物語 → 物語性、ストーリー性、ドラマ性、由緒、蘊蓄
- ⑫遊び感覚 → 遊び感覚、遊び心、面白さ
- ⑬提案 → 提案、演出、アピール
- ⑭店頭 → 店頭の魅力づくり、思わず足を止める、店構え
- ⑮居心地 → 楽しく、居心地よい雰囲気を提供
- ⑯口コミ → 口コミで広がる、口コミ活用
- ⑰情報発信 → IT含め、さまざまな方法で、こちらから情報発信
- ⑱ブランド → ブランド化、ブランドづくり
- ⑲わがまち → 店があるまちへのおもいと貢献
- ⑳あたりまえ → （お客様からして）あたりまえのことの徹底、一事徹底、5S、挨拶など

(1) 経営基本に関すること

①経営者自身 → この店にして、この経営者ありである

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
経営姿勢が真剣である (まじめさ)		
店主にやる気がある		
経営者が改革・工夫の意識が高い		
店主の個性を発揮している		

②経営理念 → 理念が明確で特別な「おもい」がある

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
創業依頼一貫した考え方		
店名の背景に経営者の熱い思いがある		
経営者の考え方に顧客に楽しんでもらいたいというところづかいがある		
経営者の商売に対する「おもい」を痛感する		
店に社会的使命を持っている自負がある		
売っている商品に絶対の自信を持っている		
常に新しい分野にチャレンジしている		

③ビジョン → 夢とそれに至る道が見えている

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
(経営者が) 将来を見据えて現在を位置付けている		
経営者の当店のビジョン・考え方がきちんとできている		

④コンセプト → 明確である、わかりやすい

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
ストアコンセプトが明確		
遊び感覚を大切にしている		

⑤戦 略 → しっかりした戦略のもとに経営行動をしている

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
収益の柱がしっかりできている (事業、ビジネスモデル、商品)		
地域密着型の商売をしている		
ターゲットを明確にしている		

⑥マーケティング → 本当の顧客志向（お客様第一主義）が徹底されている

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
店を外から見るだけで、どんな顧客層をターゲットにしているかわかる		
最近のお客のニーズにあった店づくりをしている		

⑦人 材・人 事 → 人材ということを何よりも重視している

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
やる気ある人材が多い		
若手の企画力を活用		
人材育成ができています		
人材育成が熱心である		
後継者対策がしっかりしている		
賃金体系は実績主義である		
従業員の定着率が高い		

⑧組 織 → 戦略実現のための機能的な組織になっている

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
経営者と技術者との役割分担が明確化		

⑨連 携 → 連携ということを重視している

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
金融機関の応援体制が明確		

⑩（店全体の）動機・モチベーション → 気運が高まっている

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
競合店がある		

⑪顧客との関係（CRM＝カスタマーズ・リレーションシップ・マネジメント） → リピーター支持

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
リピート率が高い		
固定客（ファン）がいる		

⑫伝 統 → 老舗は常に新しい

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
業暦の長い店が多い		

(2) 商品面(サービス) → とにかく魅力的な商品で、まずは勝負している

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
商品、サービスへの思い入れが強い		
顧客層を明確、具体的に意識している		
顧客の購買特性を満たしている		
お客のニーズにあった品揃えをしている		
個人個人の好みに合ったメニューの提供がある		
他で売っていない商品を仕入れている		
店独自の材料、素材の仕入ルートを持っている		
お客が選択できるメニューが多い		
メニューが適度に多くある		
特長づけるメニュー、商品がある		
オリジナル商品を持っている		
オリジナル料理がある(飲食店)、しかもそれが美味しい		
手作りの魅力		
大手との差別化のできる商品選択		
主力商品がある		
「商品開発」行為がある		
商品は常にリニューアル化		
商品やお店に季節感がある		
商品の鮮度管理		
商品の素材の良さ		
商品の良さ(おいしさ)		
飲食店であれば味が良い		
料理がおいしい(飲食)		
ギフト用に使われる		
サービス業で、ほとんどのお客様が店を出たときに満足感をおぼえている		

(3) 店舗面 (内外環境) → 店はお客様のためにある。お客様に「環境」を提供。

コンピテンシー	セルフチェック	評価
人通りの多いところの店舗がある		
店のイメージが良い		
駐車場は入りやすい		
看板とロゴは統一化		
通りすがりの客も入りやすい雰囲気・店構え		
店のイメージと店内がうまく統一されている		
店舗のセンス (エクステリア・インテリア)		
店舗づくり (店構え) が顧客ターゲットと合っている		
入店しやすい		
店頭がにぎやか		
店頭が明るい		
店頭がきれい		
店の中がきれい		
清潔感がある		
禁煙店である		
店舗が非日常空間づくり		
お客様が好む雰囲気となっている (明るさ)		
かた苦しさを感じさせない		
木目調の店内はくつろげる (飲食店)		
環境と自然との調和のとれた素材		
照明が工夫され、料理がおいしそうに見える (飲食店)		
照明の使い方に工夫がある		
鏡を効果的に使っている		
音楽 BGM の選曲が本物志向		
店舗、什器、制服の統一感		
商品の美しさを引き出す陳列		
商品の価格説明書きがわかりやすい		
店内のボード (黒板) の効果的活用		
店づくりの基本 (5S) などをおさえている		
トイレがきれい		
すみずみまでクレンリネスの徹底		
何となく居心地よい店内		

(4) 接客サービス面

①接客のコンセプト → 接客サービスにも哲学がある

コンピテンシー	セルフチェック	評価
顧客に店で感じてほしいイメージが明確		
楽しい思いを味わえる		

②スマイル = 笑顔・もてなしのこころ → いい笑顔はすべてを解決する

コンピテンシー	セルフチェック	評価
気軽に利用できる		
家族的雰囲気がある		
コミュニケーションの場		
来店者（顧客）のコミュニケーションの場である		
お客とお店側の会話が弾む（商品紹介ばかりでなく、日常の話題を含めた）		
来店者（お客様）どうして会話が弾む		
一声運動の徹底（いらっしゃいませ、ありがとうございます）		
店員の対応の良さ		
入店したときのあいさつが明るくさわやか（声や笑顔にゆとりがある）		
1人1人のお客様（来店客）を大切に		

③スピード = 迅速・機転 → きびきびした動きは気持ちよい

コンピテンシー	セルフチェック	評価
お客様を待たせない。待っているお客様に対する工夫（椅子など）がある		

④シンセリテイ = 誠意・誠実 → これがあれば、お客様は許せる

コンピテンシー	セルフチェック	評価
お客様に誠心誠意尽くしている		
無理に顧客をほめない（おべっかは使わない）		

⑤スマート = 洗練・プロのわざ → お客様が求めるもの

コンピテンシー	セルフチェック	評価
店員の服装にセンスが光る		
押し付けでないこと		
店員が商品に詳しく、説明やアドバイスができる		
顧客の好みや過去の購入履歴を空んじている		
従業員が生き生きとし楽しそうに働いている		
接客対応がすばらしい		
接客マナーがしっかりしている		
得意客にロイヤルティを感じさせる対応		

⑥セキュリティ = 安全・安心 → この人に、この店に任せられるか

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
経営において「安全」「安心」を重視し、サービス面でも表現している		

⑦以上の結果として

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
地区外からの来店客が多い		
県外からの来店客もある		
来店客が地域社会に限らない		

(5) その他付加価値 → 面白さの材料にもなる

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
口コミで伝わる良いものがある		
プロモーションの中心は口コミ中心		
口コミでお客が増えている		
レジに名刺が置いてある		
広告代は口コミだけ		
プロモーションは最小の費用で		
専門誌以外にも投稿している(文芸春秋など)		
携帯電話との情報武装化		
HPをこだわりぬいて作っている		
ホームページを徹底的に活用		
ポイントカードを最大限活用している(顧客情報収集、リピーター化)		
お店のマスコットキャラクターを作っている		
メニューブックにこだわり		
宅配対応も(システムとして)行なっている		

(6) 価 格 面 → 価格は経営への哲学と自信の集大成である

コ ン ピ テ ン シ ー	セ ル フ チ ェ ッ ク	評 価
安売りしない(値引きしない)		
価格はこだわり、安易な低価格は追求しない		
設定価格値頃感がある		
価格に上乗せしたサービスがあり、トータル的な割安感がある		

2. 商店経営の基本チェックリスト（100項目と大分類によるレーダーチャート）

全部で100項目あるが、各質問項目とも下記の基準で5段階評価で点の欄に点数を記入し、大分類ごとに、合計点を計算するとともに、大分類の項目数で除し、平均点を出していく。大分類ごとに合計した点数をさらに全部合計し、500満点中、何点になったかで評価するとともに、大分類ごとの平均点をもとに、「レーダーチャート」を作成し、問題のある分野を確認する。

- ※5段階評価する方法 → 5＝ほとんど完全にできている、
 4＝だいたいできている
 3＝ある程度できている、
 2＝あまりできていない、
 1＝全くできていない

大分類	中分類	小分類 (具体的なチェック項目)	点	
経営基本	経営意欲	1 今、店の経営や事業に、生活と人生をかけていますか		
	経営理念	2 何のために店を経営するか、お客様に何を提供したいのかなど、明確な経営理念を持っていますか		
	コンセプト	3 店のコンセプト (店の統一的イメージ、その店らしさ、個性、あるいは業界や地域での位置付け等) が明確になっていますか		
	ビジョン	4 ゆくゆく(5年後10年後)はこうなりたいというビジョン(未来像、構想)がありますか		
	顧客志向	5 「店はお客様のためにある」「お客様は常に正しい」という認識を持って経営していますか		
	マーケティング活動	6 お客様の「声」(ニーズ)を積極的に吸収しようと努め、それらを経営に反映させるような活動をしていますか		
	対象顧客	7 対象とする顧客(層、群あるいは像)は明確ですか(絞込みすぎることでない)		
	立地	8 コンセプトや対象顧客、戦略などと立地環境は相対的に整合していますか		
	営業時間	9 対象顧客に応じ(店の都合や思いこみでなく)、営業時間や休業日は適切ですか。またお客様に対して明確になっていますか		
	基本戦略	10 名物商品・看板商品・オリジナル商品・こだわり商品など差別化できる商品がありますか		
	計画・目標	11 身の丈にあった経営計画をつくり、目標を持って経営をしていますか		
	PDCA	12 経営計画に基づき実行し、計画と実績の差を最低3～4ヶ月に1回確認し、計画どおりでなければ対策を講じるような経営行動をしていますか		
	トレンド	13 世の中の流れや地域環境変化、対象顧客の生活変化などに常に関心を持っていますか		
	理論勉強	14	経営実務に関する勉強をしていますか	
		15	経済・流通新聞や業界誌などを購読していますか	
		16	常に顧客(市場、ニーズ)と商品や技術などの動向について勉強・研究をしていますか	
	現場勉強	17	いつも競合店、異業種含む繁盛店(地域内外)などを視察し、経営に役立っていますか	
	計	経営基本1～17の合計点	÷17＝平均点 →	

商品・仕入	商品知識	18	取扱い商品に関する知識を十分保有し、補充もしていますか	
	商品情報	19	仕入先やメーカー等から商品関連の情報を入手していますか	
	商品戦略	20	他との差別化や時期的変化などを採り入れ、対象顧客に魅力を感じてもらえる品ぞろえなどを励行していますか	
	商品計画	21	商品戦略の考え方をふまえ、日頃のお客様のニーズと、お客様への提案の観点から、仕入すべき商品の計画づくりを行なっていますか（衝動仕入などはしていませんか）	
	商品管理	22	品質・鮮度、清潔保持などの管理は徹底してやっていますか	
	仕入者	23	コンセプトや対象顧客層などから、仕入を担当する人（人材）は適切ですか	
	仕入方針	24	仕入は業者任せでなく、主導権やこだわりをもって行なっていますか	
	仕入先	25	仕入先は情性・馴れ合いにならず、現在及び将来において、最適などところと取引していますか	
	仕入方法	26	仕入方法や仕入条件も、もっと改善できないか、常に検討していますか、また、積極的な交渉などを行っていますか	
	在庫管理	27	計画的で、きめ細かな在庫管理を行ない、思いきった処分などもしていますか	
	計		商品・仕入の18～27の合計点	÷10=平均点 →
店舗づくり	誘導・訴求	28	遠くからも店の存在がわかるようになっていきますか	
		29	わかりやすい案内看板などで誘導していますか、看板も手入れしていますか	
	駐車場	30	利用しやすい駐車場が必要台数分ありますか、1台でも多く確保する努力をしていますか利用しやすい駐車場が必要台数分ありますか、1台でも多く確保する努力をしていますか	
	外 観	31	外からどんな店かわかりますか、コンセプトを表現していますか、見通しは良いですか	
		32	閉店後シャッターを閉めた後の外観（イメージ）にも気を使っていますか	
	店 頭	33	店頭を重視し、通行客の足を止めさせるような店頭の魅力がありますか	
		34	お客様が入りやすく（何も買わなくても）出やすいような構造・工夫また雰囲気づくりをしていますか	
	レイアウト	35	店内の見通しは良いですか、どこに何があるかお客様にわかりやすくしていますか	
		36	お客様を店の奥まで誘導し回遊性を高める工夫をしていますか	
		37	店内の通路幅やスペースのゆとりは確保していますか	
	買物促進環境	38	店上や奥が住居の場合、無意味に外観や店内に生活色が出てはいませんか	
		39	店内は業種・店舗グレードに応じた明るさの確保や演出（色づかいなども）をしていますか	
		40	季節や天候に応じた店内の温度、湿度、風通しは適切ですか	
		41	店内は常に変化（季節感の演出）やイメージアップを図っていますか	
	陳 列	42	見やすく、わかりやすく、選びやすく、手にとりやすい陳列を励行していますか	
		43	値札はわかりやすく、適切に表示されていますか	
		44	売れ筋商品や売りたい商品により多くスペースをとり、目立たせていますか	

		45	お客様が比較する商品(群)や関連する商品(群)は隣接して配置していますか(ゾーニング)	
		46	常に前出しの励行、陳列の乱れ直し、空きスペースの活用(展示やPOPのスペース利用など)などを行っていますか	
	掲 示	47	効果的なPOP広告などをきれいに掲出していますか	
		48	ポスターなど掲示物は、常に最新(旬)のものが掲示されていますか(期限切れや季節はずれはありませんか)	
	5 S	49	店内外、バックヤードの整理・整頓・清掃・清潔・それらを習慣づける態は確保できていますか	
		50	バックヤード置くべきものを店頭や店内通路などに置いてあるようなことはないですか	
	5S	51	店内外、看板などの破損したところの修繕をまめにやっていますか、汚れた「のほり」などは取り替えていますか	
	トイレ	52	トイレを重視し、お客様に利用いただくトイレは、常に清潔で美しく手入れされていますか	
	計		店舗づくり28～52の合計点	÷25=平均点 →
接客・サービス	あいさつ	53	入ってこられたお客様に、適切な挨拶や対応をしていますか	
		54	お見送りのあいさつを心をこめて、しっかりやっていますか	
	スマイル	55	常に「もてなしの心」を持ち、お客様には良い笑顔で接していますか	
	スピード	56	お客様の求めには迅速に対応し、お客様を待たせすぎたりすることはありますか(そのためのオペレーションシステムができていますか)	
	シンセリテイ	57	誠意をもってすべてのお客様に接し、常連か新規か、購入額の多寡などによって不合理な差別をするようなことはありませんか	
		58	何も買わない(買えない)方にも、来店を感謝し、次につなげる適切な対応をしていますか	
	スマート	59	プロとしての洗練されたテクニックなどはありますか	
	セキュリティ	60	お客様と信頼関係を築き、安全で安心していただける店づくりに努めていますか	
	コミュニケーション	61	お客様の立場に立って接客し、コミュニケーションを図っていますか	
		62	お客様の「声」(話)に謙虚に耳を傾けていますか	
	提案・手伝い	63	お客様の本当のニーズを汲み取って、お客様に喜ばれる提案をしていますか。高齢者などの買物をお手伝いをしていますか。	
	選択性	64	こちらで決めつけたり、これしかないというのではなく、いくつかの選択肢からお客様が選べるというような仕組みや雰囲気がありますか	
	自由性	65	基本的にお客様に自由に店内を回遊していただき、徒らにつきまとうようなことはしていませんか	
	包 装	66	お客様の要望に応えられる包装技術や贈答関連知識は万全ですか	
	会 計	67	会計は迅速、正確、明瞭(なレシート発行)に行なっていますか	
苦 情	68	お客様の苦情には誠意を持って、迅速・的確に対応していますか		
	69	苦情を言っただけのお客様はありがたいという意識で大切にしていますか		

	アフターサービス	70	売り放しでなく、アフターフォローの考え方や体制を持ち、実行していますか	
	付帯サービス	71	その他、お客様に喜んでいただけるようなサービスを体系的にやっていますか（配送・宅配、御用聞き、送迎など）	
	計		接客サービス53～71の合計点 <input type="text"/> ÷ 19 = 平均点 →	
販売促進	顧客管理	72	何らかの形で、可能な限り、きめ細かく、しかも有効な顧客管理をしていますか	
	固定客づくり	73	固定客をより多く抱えるとともに、常に固定客づくりの工夫・努力をしていますか	
	口コミ活用	74	口コミの重要性を認識し、伝えやすいしかけやツールづくり、伝えたい状況づくり（顧客満足度高める）をしていますか	
	アプローチ	75	何らかの形で、こちらからお客様の方へアプローチ（接近）することを行っていますか（DM、チラシポストインなど）	
	企画 キャンペーン	76	時々企画やキャンペーンなどを行ない、メリハリある営業をしていますか	
	イベント	77	店独自でイベントをやったり、少なくとも商店会・町内会などのイベントへの参加・協力をしていますか	
	広告宣伝	78	費用対効果を考えた適切な広告宣伝を考え、実行していますか	
	情報発信	79	広告宣伝でなくとも、日頃から、デジタル・アナログのメディアを活用して、いろいろな情報をお客様に発信していますか	
	販促システム	80	少しでもお客様が便利になったり、メリットが出るシステムを工夫・実行していますか	
	販促計画	81	これまでの経験をふまえ、年間の販促計画カレンダーなどを作成して、タイムリーな販促を行なっていますか	
	計		販売促進72～81の合計点 <input type="text"/> ÷ 10 = 平均点 →	
価 格	総合価値	82	お客様が感じる店の総合価値と設定価格のバランスを常に考えていますか	
	値打ち感	83	お客様に、値頃感（相場）だけでなく、値打ち感ある価格設定をしていますか	
	価格情報	84	市場の相場やお客様の値頃感など、価格に関する情報に敏感になり、情報収集していますか	
	割引政策	85	値引・割引（セール）・タイムサービスなど、戦略的な価格設定を行なっていますか	
	計		価格82～85の合計点 <input type="text"/> ÷ 4 = 平均点 →	
情 報	必要情報と活用	86	自分の店の経営にとって、どんな情報が必要なのか、明確になっていますか。また効率よい方法で収集し、整理分類、共有化、さらに活用をしていますか	
	計		情報86の点数 <input type="text"/> →	
連 携	商店会（連盟）	87	商店会活動に積極的に参加・協力するとともに、活用し、連携を図っていますか	
	経済団体	88	商工会など経済団体活動に積極的に参加・協力するとともに、活用し、連携を図っていますか	
	異業種	89	異業種交流などに積極的に参加していますか	
	地 域	90	まちづくりや地域活性化のための活動に協力していますか	
	計		連携87～90の合計点 <input type="text"/> ÷ 4 = 平均点 →	
財務管理	計数管理	91	主要な営業データや財務数値などを常に把握し、数値を活用して経営状況を把握していますか	
	資金繰り	92	少なくとも向こう3ヶ月分の資金繰り表を作成していますか	

	金融機関関係	93	金融機関特にメインバンクとのコミュニケーションはとれていますか	
	財務状態把握	94	経理処理、計算、決算などは税理士など専門家に任せるにしても、その内容は経営者自身が(簡単な財務分析なども行なうなどして)把握していますか	
	資産管理活用	95	保有資産の管理、活用をしっかりと行なっていますか	
	計		財務管理91～95の合計点 <input type="text"/> ÷ 5 = 平均点 →	
労務管理	人件費管理	96	要員、勤務時間、賃金レベル、人件費総額は適切ですか	
	就業管理	97	労働基準法その他法令に従った労務管理を行なっていますか	
	モチベーション	98	従業員にやる気を出させる制度やスキルを工夫していますか コミュニケーションはとれていますか	
	人材育成	99	従業員の教育訓練や人材育成などを行ない、人に対する投資をしていますか	
	後継者育成	00	後継者を育成していますか	
	計		労務管理96～100の合計点 <input type="text"/> ÷ 5 = 平均点 →	

【全体の合計点】 500満点中 → 点

- 評価 400点以上 → 魅力的な店・輝いている店である。経営も順調なはず。
 300点代 → まずまずがんばっている店である。あとひといきで輝いている店になる。
 200点代 → 経営の基本的な面で、やや問題がある。低得点の項目中心に再検討を。
 100点以下 → 経営を根本から考える必要あり。

【大分類によるレーダーチャート】

