

## 会社概要

社名	green optical【東松山市】		
代表者	谷嶋 紀彦	業種	眼鏡小売業
従業員数	1人	URL	<a href="https://www.green-optical.com/">https://www.green-optical.com/</a>
事業内容	「見え方」・「見られ方」を大事にする眼鏡専門店		
沿革	平成28年「眼鏡は顔の中心に付ける最大のアクセサリ」をモットーにgreen opticalを創業		 事業所の外観

## 「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

### ＜当時の課題＞

○ 当時は一般的な眼鏡店と同様に、顧客が来店したい時間に来店し、接客を行う営業を行っていた。しかし当店では、一般的な検眼とは異なる「両眼視機能検査」等を用いた検査を行っているため、一人の顧客に対応する時間が長いという特徴があった。そのため他の顧客とバッティングした際に、時間にゆとりのある検眼やフレーム選びの時間を取ってもらえない状況であった。このことから、顧客がストレスなく買い物ができる仕組みを構築したく、経営革新計画に取り組むこととした。

### ＜解決への道筋＞

- 完全個別予約制の検眼・販売を開始し、顧客のバッティングを防ぐ。
- web広告やSNSを活用した宣伝を行い、認知度の向上を図る。

## 「経営革新計画」のテーマと概要

テーマ	完全個別予約制の眼鏡検査・販売
計画期間	平成29年1月～平成31年12月(3年計画)【平成30年3月承認】

完全予約制により他人を気にせず  
自分だけの居心地の良い時間&空間



フレームはヨーロッパの厳選ブランド  
や福井県鯖江市産をラインナップ



両眼視機能検査方法の導入により  
高度な検眼で最適なレンズをご提案



丁寧なヒヤリングをもとに  
必ず似合うフレームへ導く



**経営指標**

売上高 約225.8%UP

付加価値額 約162.3%UP

経常利益 約259.6%UP

※平成29年と令和4年の比較



## 「経営革新計画」の実践

### 1 完全個別予約制の導入

- 完全個別予約制を導入したことにより、一人の顧客に対し丁寧な接客で対応できるようになり、顧客満足度を高めることができた。
- 顧客のバッティングを避けられるようになったため機会損失がなくなり、また確実に購買につなげる営業を構築することができた。
- 当店の強みである高度な視力測定や、高品質な商品を時間をかけて販売するスタイルを変えずに、顧客が買い物しやすい環境を整えることができた。
- 予約の受付はホームページの予約フォーム、LINE、電話と、豊富に用意し、顧客の都合の良い手段で予約してもらえた。

### 2 広告宣伝

- 当店は高所得層をターゲットとしており、近隣に大学が多いことから、大学職員向けのチラシを作成し、配布した。そのほかGoogleなどのウェブ広告を用いて宣伝を行った。
- 平成30年、埼玉新聞に、当店の強みである「両眼視機能検査」について取材を受け、記事が掲載された。  
※「両眼視機能検査」とは、眼のまわりの筋肉量のバランスを測定し目の使い方や癖、視機能に異常が無いかを確認する検査。
- 徐々に評判が広まり、富裕層向け雑誌『Japan Brand Collection 2022年』に特集記事が掲載された。



店内の様子



事業所の外観

## 「経営革新計画」の成果

- 計画期間(平成29年度～令和元年度)において経常利益約509.7%増、付加価値額約475.1%増と、大幅に実績を伸ばすことができた。

## 成功の秘訣

- 思った事は即実行
- わからなければ商工会を通じ、専門家派遣をおこなう

## 「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

- 客観的にお店の状況がわかり、今何に取り組まないといけないか道ができる
- 未来の店舗への道筋ができて、取り組み方が明確になる

## これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

- 頭の中では未来へのビジョンはあるけど、何から始めれば良いかわからない方はぜひ、経営革新計画に取り組んでみてください。しっかりとした計画が立てられるので常にステップアップしていくと思います。



眼鏡フレーム



事業所の外観