累計500社3,000店舗を
支援して分かった

自発的な店長育成マニュアル

SUCCESS

累計支援数
3,000店舗
突破

- ✓ 最速最短で年商30億・30店舗
- ✓ 年商1億円店舗を作る
- ✓ 実証されたノウハウ

株式会社常進パートナーズ
代表取締役　高木悠

はじめに

はじめまして。株式会社常進パートナーズ 代表の高木悠です。

累計５００社3,０００店舗超の支援をしてきた経験を元に書きます。

この度は**【自発的な店長育成マニュアル】**

を手に取っていただきありがとうございます。

このレポートを手に取っていただいたということは、

- ☑ **店長や社員が、ただ言われたことしかやらない**
- ☑ **社員が、いつまで経っても成長せず店舗を任せられない**
- ☑ **店長のモチベーションが低く、成果がでない**
- ☑ **店長はオペレーションに長けているが、経営感覚がない**

このどれかだと思います。

戦後の高度経済成長期を経て、
日本経済は成熟化し、経済成長は鈍化しています。

各企業は限られたパイを獲得するために
熾烈な競争を繰り広げるようになりました。

競争環境が厳しくなったことで、
新しい商品・サービスが生まれてもすぐに競合他社から真似されるようになり、
近年、商品・サービスの同質化が進んでいます。

その結果、現代は、
商品やサービス単体での差別化が難しい時代となりました。
例えば、飲食店を考えたときに、
『他店では味わうことのできない唯一無二の料理』を
提供できるお店など極めて稀な部類でしょう。

このような時代に、
店舗ビジネスにおいて競合他社との違いをつくるポイントは、

サービスを提供する人の「仕事に対する姿勢」

ということではないでしょうか。

先にあげた飲食店の例でいえば、顧客に

同様の料理は他の店でも味わうことができるけど、
あの人のサービスを受けたいから●●に行こう！

と感じてもらえるかどうかが、
勝負の分かれ目の時代となっているのです。

ですから、これからの時代に
店舗ビジネスで事業発展を目指そうと考えるのであれば、
働き手の意欲と能力を最大限に引き出し、サービスを提供する人の

仕事に対する姿勢で他店との違いをつくっていかなければなりません。

しかしながら、これまで500社・3,000店舗超をサポートしてきた
私の経験では、どの会社も

「自発的な店長育成」が事業拡大のボトルネックとなっている現実

があります。

そこで本書では、私のこれまでの経験を踏まえて、
自発的な店長を育成するためのポイントについて解説をしていきます。

このマニュアルを読むことで、

・店舗を自ら引っ張る自発的な店長が育ち、
・店舗運営の質が上がり、
・経営者が現場に張りつかなくても売上・組織力が伸びる仕組み

が整います。

その第一歩を、このマニュアルで踏み出してください。

著者プロフィール

店舗ビジネス専門コンサルタント
株式会社 常進パートナーズ 代表取締役　高木悠
飲食店、整体院、美容院など店舗ビジネスの多店舗展開を加速させる専門家

「最速最短で年商30億・店舗数30超を実現する実証されたノウハウ」をコンセプトに、独立支援制度（のれん分け制度）構築、フランチャイズ本部立ち上げ・立て直し、人事評価制度整備など、店舗ビジネスの店舗展開に特化したコンサルティングを行っている。

新卒で大手外食フランチャイズチェーンに入社後、20代でフランチャイズ加盟店のスーパーバイザーに抜擢されるものの、リーマンショック不況に対して何ら対策を講じることができず、担当企業5社の倒産を目の当たりに。自らの力不足を痛感する。その経験から、経営の専門知識を身に着ける必要があると考え、経営コンサルタントの国家資格である中小企業診断士資格を取得。現場経験に加え、経営理論に基づいた経営指導を展開し、チェーン最優秀店舗を輩出するまでに成長を遂げる。

その後、店舗ビジネスの発展には「会社の収益性向上」と「社員が夢と希望をもって働ける環境整備」を両立させることが不可欠であることに気が付き、それをより多くの企業に展開すべく、店舗ビジネスの専門コンサルティング機関である株式会社 常進パートナーズを設立。これまでに延べ500社以上の企業支援に携わる。

企業が高収益を生み出すための仕組み作りと社員が誇りを持って働ける環境作りをサポートすることで、店舗ビジネスの社会的地位の向上に貢献することを基本理念に、日々企業支援に尽力している。YouTube「JOHSHINちゃんねる」にメイン出演中。

【著書】

21世紀型「のれん分け」ビジネスの教科書（自由国民社）
まずは３店舗の姿勢ではじめる小規模フランチャイズ展開の教科書（自由国民社）

なぜ、自発的な店長育成できないのか？

本編に入る前に、
「うちの会社だけでは、なぜ“自発的な店長育成”ができないのか？」
という疑問に回答しておきたいと思います。

この問いに対する答えを一言でいえば、
店長育成に必要な設計・時間・優先順位の3点が欠けているから

です。

詳しく解説していきます。

原因１：やり方は知っているが、効果的な方法が分からない。

自発的な店長を育てようと決意し、
情報収集に動いた方も多いのではないでしょうか。

書籍、ネット、動画などを通じて、
理想的な育成論はすぐに手に入ります。

しかし、多くの会社がつまずくのは、
「それをどう自社に落とし込めばいいのか」がわからないことです。
なぜなら、そこで得られる情報はあくまで “一般論”であり、
どの会社にもそのまま通用する万能薬ではないからです。

会社の規模、業態、組織文化、社員の特性など、環境は千差万別。
したがって、育成ノウハウもカスタマイズして初めて意味を持ちます。

この「カスタマイズ」という最も重要かつ難易度の高いステップが
曖昧なままでは、成果につながる育成は始まりません。

つまり、 育成が場当たり的で“設計図”が描けていないのです。

原因2：時間も人手も足りず、教育の場が用意できない

中小企業では、
人材育成の専任担当を置くことが難しいのが現実です。

日々の業務に追われ、
教育の時間や手間を確保できずにいる会社も少なくありません。

「自発的に学んで成長してほしい」と期待しても、
何をどう学べばよいか、現場で誰も教えてくれない環境では、
自己成長は困難です。

そして、
そんな環境で自主的に学べるような優秀な人材は、
そもそも大手企業や条件の良い職場を選びます。

だからこそ、中小企業こそ“学びの場”を
意識的に用意する必要があるのです。

原因3：店舗は回っているので、教育が後回しにされる

「教育の重要性はわかっている。
でも、今は他にやることが多くて……」

これは、非常に多くの経営者が口にする言葉です。

たしかに、店はまわっています。

多少問題があっても、
売上は出ているし、顧客対応も何とかなっている。

だからこそ、
「育成はまた今度」と先送りされ続けてしまうのです。

しかし、冷静に考えてみてください。

あなたの業務が“暇になる日”は本当に来るでしょうか？

人材育成は、いつでも後回しにできてしまうからこそ、
“意志を持って優先順位を上げる”ことが必要なのです。

ここまで見てきたように、
自発的な店長育成が進まない背景には、
共通する3つの課題があります。

１・店長育成の設計が曖昧（一般論のカスタマイズ不足）

２・学びの場がない（時間・人手不足）
３・優先順位が低い（店舗運営で手一杯）

これらは、どれもよくある話です。

でも、だからといって見て見ぬふりを続ければ、
未来も現状のままです。

もしあなたが本気で
「自発的に行動し、成果を出せる店長を育てたい」と考えるなら――

これら3つの課題を認識し、乗り越える覚悟が必要です。

この後の章では、
そのための具体的な考え方をご紹介していきます。

9割の中小企業がやっている重大なミス

ここでひとつ、多くの中小企業が無意識に犯している
重大なミスについてお伝えします。

それは――

「外部から優秀な人材を採用すれば、すべてが解決する」

という考え方です。

このような考えを持ち、
採用に力を入れている企業は非常に多くあります。

しかし、
私自身これまで500社3000店舗以上の企業に関わってきましたが、

このアプローチで本当に成功している中小企業を、
見たことがありません。

なぜか？

理由はシンプルです。

優秀な人材ほど、中小企業では働こうとしないから

です。

少し視点を変えて、
あなた自身が「優秀な人材」だったとして考えてみてください。

あなたが「優秀な人材」だったら、どこで働きますか？

就職・転職先を自由に選べる立場なら、
果たして労働条件の厳しい中小企業を選ぶでしょうか？

おそらく多くの人は、

・給与が高く
・休日が多く
・福利厚生が整っていて
・教育制度も充実している

そんな大企業を選ぶはずです。

これは、能力や志の問題ではなく、人として自然な選択です。

もちろん、タイミングや縁によって、
一時的に“優秀な人材”が採用できることはあります。
しかし、それを継続的に、計画的に行うことは極めて困難です。

偶然に頼る採用では、会社の未来を託すことはできません。

では、中小企業はどうすればいいのでしょうか？
答えはひとつです。

「今いる人材を、戦力に育て上げる」こと。

外に「理想の人材」を求めるのではなく、
すでに自社にいる人材を、計画的に育てていく。

この考え方に切り替えなければ、
いつまでも人材に悩まされ続けることになります。

育成に時間と手間がかかるのは事実です。
ですが、そこにこそ再現性があり、未来があります。

次章では、今いる人材を“自発的に動ける店長”に育てるための、
具体的な仕組みづくりについてご紹介します。

上手くいっている会社は何をしているのか？

「自発的に考え、行動できる店長」をどう育てるか？

これは、店舗展開を目指す多くの企業にとって共通の悩みです。
その中で、すでに成果を上げている会社には、
共通する“育成の型”があります。

私たちはこれまで、500社・3,000店舗を超える現場支援を通じて、
店長育成に成功している企業の特徴を見出してきました。

結論からお伝えすると、ポイントは次の3つです。

【ポイント①】教育する「内容」だけではなく、「順番」を意識する

「自発的に考え、行動できる店長」を育成するためには、
そのための教育が必要です。

この時、ほとんどの経営者は教育する「内容」に注目します。
具体的には以下のようなイメージです。

・うちの店長はコミュニケーション能力が不足しているから、
　コミュニケーション手法についての勉強会をやろう！

・最近、コストが上がってきているから、
　コストコントロールの教育をしよう！

当たり前のことですが、「何を教育するか」はとても重要なことです。
しかし、それだけでは成果が出ません。

私が500社・3000店舗以上の支援のなかで確信したのは、
教育効果の9割は「順番」で決まるということです。

教育は、「スキル」より「心構え」が先
成果につながる店長育成には、正しい“順番”があります。

ステップ①：リーダーとしての「心構え」を腹落ちさせる
ステップ②：必要な「スキル」を身につける

この順序が逆になると、どれだけ知識や技術を教えても、
店長は行動を変えられません。

例えば、弊社が「自発的に考え、行動できる店長」の育成を
サポートさせていただく際、まず最初に教育するのは

店舗で起きた問題は、会社や環境が解決するものではなく、
自分の行動で解決するものだ

というリーダーとしての覚悟です。

なぜこの内容から教育していくのかというと、
この前提がないままどれだけ知識を与えても
成果がでることはないからです。

あなたの会社でもこんな場面に心当たりはないでしょうか？

アルバイトが急に辞めて人手不足に。

しかし店長は

「最近の若者はすぐ辞めて無責任だ」
「アルバイトは基本的にやる気がない」
「会社が何もしてくれない」

と不満ばかりで、自分自身では何の対策も打たない。

このような状態では、問題は放置されたままになります。
むしろ、やがて店舗全体に悪影響が及ぶことになるでしょう。

仮にこのような姿勢の店長に

・アルバイトの離職を防ぐ方法
・アルバイトのやる気を引き出す方法
・人員不足が発生した際の対処方法

等のスキルについて教育をしたとしても、
そもそも自分自身で問題解決に向けて行動する姿勢がないため
成果につながることはありません。

本来、店長はこう考えるべきです。

「どう働きかければ、退職を防げただろうか？」
「どう働きかければ、アルバイトのやる気を引き出せるだろうか？」
「店舗で今からできる人員確保の手段は何か？」

このように、自ら問題と向き合い、行動する姿勢があるからこそ、
学んだスキルが活かされ、成果が生まれます。

この事例はほんの一例にすぎません。

いくら正しい「内容」を教えても、それを受け止める“心構え”が整って

いなければ、学びは行動につながらず、成果も出ません。

だからこそ大切なのは、教育の「内容」だけでなく、「順番」まで意識することです。

【実話】店長就任からわずか3ヶ月で、店舗崩壊

私自身にも、苦い経験があります。

大学卒業時には迷わず飲食業界で働くことを選択した私は、当時急成長を遂げていた焼肉店「牛角」を運営している株式会社レインズインターナショナルに新卒新入社員として入社をしました。

店長として最高のスタートだった

入社1か月後、私は最優秀店舗賞を受賞した実績のある
「A店」へ初配属され、そのまま店長に就任しました。

アルバイトリーダーが自らスタッフを集めて開いたミーティングでは、こう声を上げてくれました。

「高木店長と一緒に、また最優秀店舗を目指しましょう！」

最高のチームと、最高のスタート。

私はその期待に応えようと、店舗で改善が必要だと思った点には全力で

取り組み、経験が浅かった分は毎週1冊、店舗運営の本を読んで知識を補いました。

しかし、順調に見えたお店の雰囲気は、少しずつ変化していきました。

徐々に崩れていく現場

・毎日のように来ていたベテランスタッフが、週1回も来ない…
・毎月の全体ミーティングの参加者が、以前の3分の1に減少…
・ミーティングでは誰も発言せず、笑顔もない状態に…

そして、売上も下がり始めました。
店長就任から3ヶ月後、前年比で売上が30%も減少したのです。

「店長に言いたいことがある人は？」――全員が手を上げた夜

ある日、アルバイトリーダーから「話がある」と呼び出されました。

店舗に行くと、全スタッフ18名が集結していました。
そして突然、リーダーがこう言いました。

「店長に言いたいことがある人、手を上げてください」

その瞬間、全員が手を上げたのです。

「店長は口ばっかりじゃないですか！」

「説得力がまったくありません！」
「お店の責任者という意識、本当にありますか？」

全員からのダメ出しが続きました。逃げ場はありませんでした。

変わったのは、私自身だった

最優秀店舗だったお店を、私は3ヶ月で崩壊させてしまいました。
どこからどう見ても、原因は自分自身にあったのです。

その日を境に、私は変わりました。

スタッフやお店の欠点を指摘するのをやめ、
代わりに、スタッフから受けた指摘を全て紙に書き出し、
改善に集中しました

その紙を店内の目につく場所に貼り、
「改善できた」と思ったら、スタッフに確認してもらいました。

スタッフが認めてくれたら、その項目を塗りつぶす
――ただそれだけを繰り返したのです。

自分を変えた結果、すべてが好転した

取り組み始めて3ヶ月後、すべての項目が塗りつぶされたとき、
気づいたのです。

スタッフとの関係は、見違えるほど良くなっていた
店の雰囲気も明るく、協力的になっていた
売上もV字回復し、6ヶ月後には就任時を超える水準に

スタッフを変えたいと必死だった頃は、何も変わらなかった。
でも、自分の足りないところを見つめて改善したことで、
自然と周囲も、結果も、変わっていったのです。

店長が変えるべきものは「他人」ではなく「自分」
この経験から学んだ、店長として最も大切なことは

「リーダーとしての正しい心構えを持つこと」

です。

お店やスタッフを変えたいなら、
まず自分の姿勢や意識から変えること。

知識やスキルの活用はその後の話です。

問題の原因を他人や環境のせいにしている限り、何も変わりません。

お店に課題があるなら、それは店長自身の行動が変わらない限り、

決して解決しないのです。

自分ができることに全力で向き合う。
その行動が、スタッフの意識を変え、店舗を動かす第一歩になります。

■シンガポールで挫折し、生まれ変わったJ店長の実話

私以外の事例も紹介します。

国内で素晴らしい成果を出していたJ店長は、
シンガポールへの初出店にあたり、満を持して店長に抜擢されました。
ところが、現地では全く想定外の壁にぶつかります。

日本ではうまく機能していた“指示命令型”のマネジメントが、
シンガポールでは全く通用しなかったのです。

「こちらが指示しても、誰も言うことを聞いてくれない」
「こんなメンバーじゃ、絶対に目標なんて達成できない」
そう漏らすJ店長は、明らかに行き詰まりを感じていました。

私はすぐに、問題の本質が“スタッフではなく、
J店長自身の在り方”にあると感じました。

具体的には、

私は店長なのだから、指示に従わないスタッフに問題があり、
自分には問題がない

というマインドでした。

J店長には、「店長としてどう在るべきか」という
心構えがまだ根付いていなかったのです。

このままでは、いくら優秀なスキルを持っていても、
組織は動きません。

そこで私は、J店長自身が“自分に原因がある”と気づけるよう、
私自身の失敗や気づきを丁寧に共有し続けました。

そして3か月ほど経ったある日、J店長がこう言ったのです。

「自分はまだ、店長として周囲に認められていなかった。だから誰も耳を傾けなかったんですね」

この気づきを機に、J店長は「指示を出すこと」をやめました。

代わりに、以前は人に任せようとしていたことを、自らが率先して取り組むようになったのです。

掃除、接客、裏方業務――
どんな仕事も全力で行い、背中で語るようになりました。

すると、1ヶ月ほどでスタッフの空気が一変します。

J店長の姿勢に感化された現地スタッフたちは、
自然と協力的になり、指示にも素直に従うようになったのです。

その結果、開店当初は売上が低迷していた店舗は、
6か月後には売上がなんと2倍に。

店長が“どう動くか”よりも、“どう在るか”が、
店舗全体に与える影響の大きさを改めて痛感した出来事でした。

■リーダーとしての「心構え」が腹落ちするには、時間がかかる

私やJ店長のように、リーダーとしての心構えが
本当に腹落ちしたとき、店長は見違えるように変わり、
店舗の成果も劇的に伸びていきます。

しかし、その“腹落ち”には時間がかかるのが現実です。

私のこれまでの支援経験から見ても、

早くて3か月、通常で6か月、遅い方では1年ほどの時間が必要です。

だからこそ、一度の研修やセミナーで人が変わることは、
まずありません。

変化には継続的な働きかけと、それを支える仕組みが不可欠なのです。

ところが、私が見てきた限りでは、こうした「心構えの習得」に特化し、長期的な視点で設計された研修プログラムは、ほとんど存在しませんでした。

だからこそ、

自社内で継続的に育成できる仕組みを作る必要

があります。

そこで弊社では、
「自発的に考え、行動できる店長」を育成するために、
私自身の店長経験と、
500社・3,000店舗を超えるサポート実績をもとに、
リーダーの心構えを6つのステップに分解。

このステップを軸に、

約6か月間〜1年間をかけて段階的に定着を図っていきます。

ステップ	心構え	内容
第 1 ステップ	自覚する力	自らが置かれた環境の中で、自分の出来ることに着目し、それを全力でやりきる力
第 2 ステップ	認められる力	名ばかりでなく、お店の真のリーダーとしてスタッフから受け入れられる力
第 3 ステップ	伝える力	スタッフに本来期待している役割を正しく伝え、理解してもらう力
第 4 ステップ	やる気にする力	人の持つ欲求の構造を理解し、動機づけ要因に該当する欲求を刺激する力
第 5 ステップ	伸ばす力	顧客が持つ欲求の構造を理解し、各欲求を対象とする行動に応じて、適切な教育を行う力
第 6 ステップ	巻き込む力	スタッフの当事者意識を高め、「個人の力」を「チームの力」に変換していく力

これらの心構えを時間をかけて定着させることで、
店長はリーダーとして“腹落ち”した状態になります。
そのうえで初めて、「リーダーとしての役割」を果たすためのスキル教育に取り組むべきなのです。
順番を間違えれば、どんな教育も形だけになってしまうでしょう。

だからこそ、私たちは「教育の順番」に徹底してこだわります。
まずは“在り方”を整えること――そこからすべてが始まるのです。

【ポイント②】学びを現場で活かす「実践・検証・改善」の仕組み構築

どれだけ優れた知識やスキルを学んでも、
現場で活かされなければ意味がありません。

だからこそ重要なのが、
「実践 → 検証 → 改善」を繰り返す仕組みづくりです。

一般論は、現場にそのまま通用しない

私が店長時代に担当した2つの店舗は、
まったく異なる性質を持っていました。

A店（最優秀店舗）：
スタッフのモチベーションが高く、自主的にミーティングを開催。
目標や改善策を自ら考える、成熟した職場。

B店（ワースト店舗）：
シフトの無断欠勤が常態化し、売上は半減。
最低限のルールすら守られない、崩壊寸前の現場。

当然、A店で成果を上げたマネジメント手法をB店にそのまま適用しても、まったく機能しませんでした。

実際、B店ではスタッフからの反発を受け、

最初は何一つうまくいかなかったのです。

「自店舗にフィットさせる力」が成果を生む

この経験から実感したのは、
学んだ理論やノウハウを鵜呑みにせず、
現場に合わせて調整・適用する力こそが、
成果を生む鍵だということです。

そのためには、次のようなサイクルを回す必要があります。

実践する：
学んだ内容を、自店舗にどう落とし込むか考え、実際にやってみる。

検証する：
やってみた結果、どんな変化が起きたのかを振り返る。

改善する：
うまくいった点は継続し、効果が薄かった点は見直して再挑戦する。

私自身、B店でもこのサイクルを粘り強く回し続けることで、
マネジメント手法を現場に合う形に調整し、

わずか3か月で月商を700万円から1,100万円へと回復させること

ができました。

仕組み化すれば、店長の成長スピードは加速する

この「実践・検証・改善」のサイクルは、個人の努力だけでなく、
組織として仕組み化することで、より大きな成果につながります。

たとえば、弊社が継続的に支援している企業では、
毎月店長向けの勉強会を実施しています。
そこで重要なのは、ただ知識を教えて終わりにしないことです。

学んだ内容を
どう現場で実践したのか
その結果どうだったのか
次にどんな改善を加えるのか

を、参加者全員が発表し、社内で共有しています。

この発表の場があることで、自然と実践・検証・改善の流れが根づき、
さらに他の店長の取り組みからも学び合えるため、店長の成長スピード
が飛躍的に高まっています。

実際、この会社では店長育成プロジェクトの開始以降、
毎年売上が二桁成長を継続しています。

多くの企業では、「すぐに効果が出ない」と育成を途中でやめてしまうケースが少なくありません。

しかし、継続的に成果を出している企業は、
このサイクルを粘り強く回し続けているのです。
そのため弊社では、単なる育成コンテンツの提供にとどまらず、
「実践 → 検証 → 改善」のサイクルを回すための仕組みづくりまで、
しっかりと支援しています。

属人化しがちな教育を組織として定着させるために、
「現場で学びをどう活かすか」
「どのように仕組みに組み込むか」まで伴走し、
成果につながる育成を実現します。

地道なサイクルが、「成果を出せる店長」を育てる

このように、
「実践 → 検証 → 改善」のサイクルを仕組みとして回すことで、

学びが現場に根づき、
店長は確実に「成果を出せる人材」へと成長していきます。

この仕組みを導入した企業では、
各店の業績にばらつきがなくなり、
全体の底上げにつながっています。

教育を「教えて終わり」にしない。
この姿勢こそが、
真に意味のある店長育成を実現する鍵なのです。

【ポイント③】人材育成はコストではなく「未来への投資」と捉える

人材育成の効果を最大化するうえで、もうひとつ重要なのが、
育成を「コスト」ではなく「投資」として捉える視点です。

成果がすぐに出なくても、育成を止めてはいけない

人材育成は、多くの場合、
すぐに売上や目に見える成果にはつながりません。

むしろ、育成初期には現場で混乱が起きたり、
一時的に非効率に見えることもあるでしょう。

しかし、だからといって育成を止めてしまえば、
「自ら考え、行動する店長」は、いつまで経っても生まれません。

これはまるで農業と同じです。
種をまき、水をやり、陽を当てて育てる。
その積み重ねがあって、ようやく実りを迎える。
途中で水やりをやめてしまえば、芽は出ず、作物は枯れてしまいます。

人材育成も同様に、長期的な視点で育て続ける覚悟が必要です。

育成は、未来の業績をつくる「投資」

育成にかける時間や費用は、短期的に見ればたしかに“コスト”に感じるかもしれません。

しかし、3年後・5年後の店舗運営や業績を考えれば、
それは確実に「利益を生み出す投資」になります。

特に多店舗展開を目指す企業にとっては、
店長の育成こそが、業績に直結する最大の成長ドライバーです。

「再現性のある育成計画」が育成成功のカギ

とはいえ、ただ育成に取り組めば良いというわけではありません。
重要なのは、

「再現性のある育成計画」に基づいて、計画的に進めること

です。

意欲や熱意があっても、育成の設計自体が間違っていれば、
現場で成果は出ず、教育効果も頭打ちになります。

ただし、最初から完璧な育成計画をつくるのは難しいのが現実です。

何事にも当てはまることですが、
試行錯誤を繰り返し、改善を重ねるなかで、
徐々に再現性の高い育成モデルが完成していきます。

この試行錯誤と改善のプロセスには
数年単位で時間がかかります。

こうした背景を踏まえて、私は次のように考えています。

成果が出ている「再現性のある育成計画」を取り入れることが、
最も効果的な方法であると。

だからこそ、弊社では
私自身の店長としての経験、
そして500社・3,000店舗以上の支援実績をもとに、
教育効果が最大化される順序と内容でプログラムを体系化し、
ご提供しています。

自社で一から育成計画をつくるには膨大な時間とコストがかかります。

ですが、
すでに成果を上げている再現性のあるプログラムを活用すれば、

より短期間で、
確実に「育つ仕組み」を現場に定着させることができます。

人材育成に“投資”する企業こそが、
3年後・5年後に安定的な成長を実現している――
私たちは、これまでの支援を通じて、その姿を何度も見てきました。

「人が育つ仕組み」を早期に手に入れること。
それが、これからの店舗経営における最も賢明な経営判断のひとつだと、私たちは考えています。

まとめると、
店長を「自発的に考え、行動し、成果を出せる存在」に
育てたいのであれば、
以下の3つをセットで取り組むことが不可欠です。

1・教育する「内容」だけでなく、「順番」を意識する
2・学びを現場で活かす「実践・検証・改善」の仕組みをつくる
3・人材育成は「コスト」ではなく「未来への投資」と捉える

この育成の仕組みが、あなたの会社の未来をつくっていきます。

成功事例２つ

店舗ビジネスの現場では、
「うちのスタッフには無理かも…」と思われた人材が、
正しい育成のプロセスを経て劇的な変化を遂げることがあります。

ここでは、当社が実際に支援した企業の
成功事例を2つご紹介します
（※守秘義務の都合上、社名などは伏せております）。

成功事例①
人と関わるのが苦手だったスタッフが、
半年後には「私が会社を変えます！」と宣言するまでに成長（便利屋業）

こちらの企業では、
責任者候補として名前が挙がっていたスタッフが、
キックオフミーティングで
「私、人と関わるのが苦手なので、正直、責任者にはなりたくありません」と
消極的な姿勢を見せていました。

しかし、育成プログラムを通じて
「リーダーとしての心構え」「問題解決の手法」「メンバーとの関わり方」
などを段階的に学んでいくことで、徐々に自信と主体性を獲得。

実践と振り返りを繰り返しながら、
自らの言動がチームにどれだけ影響を与えるかを体感する中で、
考え方が大きく変化していきました。

6か月後のミーティングでは、
「私が会社を変えます！」と、自らの言葉で堂々と宣言。

今では複数店舗を統括する存在へと成長しました。
その結果、会社は数年売上が横ばいだった状況を脱却し、
前年比二桁増を達成する成長企業に変貌しています。

この事例は、
「今の能力」よりも「これからの成長可能性」を信じて
関わることの大切さを、改めて私たちに教えてくれた好例です。

成功事例②

社長の期待が届かなかった組織が、1年後には“全員で経営方針発表会を提案するチーム”に進化（飲食業）

ある飲食企業では、
社長が熱心に理念や方針を語っても、現場の社員には全く届かず、
行動にもつながらないという状態が続いていました。

育成の起点となったのは、
「決めたことをやり切る組織文化」の構築。

初めの段階では、
社員にとって「やらされ感」の強い取り組みでしたが、
健全な強制力を働かせることで、
“当たり前のことを当たり前にやる”習慣が徐々に根付いていきました。

1年間の育成を経た頃、
ある社員から「スタッフ全員を集めて、社長の想いを共有する経営方針発表会をやりたいです」との提案がありました。

会社の未来を“自分事”として捉える人材が現れたことで、
職場全体に自発性が波及し、
今では社員同士が「次はどんな企画をしようか？」と
自主的に動くチームに生まれ変わりました。

その結果は当然業績にも反映していきます。

今では売上前年比越えは当たり前。
ＧＷはお盆、年末年始等の繁忙期には、
毎回のように単日最高売上を更新しています。

最強の店舗マネジメントは社長が何もしないこと

この事例からもわかる通り、
自発的な組織づくりには「時間」と「正しい仕組み」が不可欠です。

ただ、一度根付けば、
それは持続的な成長の原動力になります。

店舗が自発的に考えて課題を解決し、売り上げをあげるので、
社長のすることがなくなります。

他社事例から何を学ぶべきか？

いかがでしたでしょうか？
こういった事例を紹介すると、決まってこのようにおっしゃる社長がいます。

「同業他社の成功事例はないの？」
「うちは〇〇だから、この事例は使えないな・・・」

ですが、決してそんなことはありません。

ほんの一例ですが、

●ラーメン店：6店舗→22店舗！
●福祉事業：3店舗→14店舗！
●貴金属買取：8店舗→29店舗！
●フィットネス：6店舗→13店舗！
●バー：20店舗→100店舗超！
など、店舗ビジネスで使える事例は豊富にあります。

「自発的な店長育成」の取り組みを始めるにあたって、
他社の成功事例や失敗事例を参考にすることは非常に有効です。

ただし、ここで大切なのは、
表面的な手法やノウハウだけを真似することではありません。

他社事例から学ぶべきなのは、
「なぜその取り組みが成功（あるいは失敗）したのか？」
という背景にある“考え方”や“仕組み”です。

たとえば、ある飲食チェーンでは、
「店長会議で各店長が自店舗の成功事例と失敗事例を共有する」という文化を徹底しています。

一見すると単なる情報共有の場に思えますが、
実際には「自分の言葉で説明し、他者からフィードバックをもらう」というプロセスを通じて、店長たちが自らの行動を振り返り、改善点を自発的に考える“習慣”が生まれています。

このように、成功している企業の多くは、
「店長を育てるための文化や仕組みづくり」に力を入れており、
単なる研修や教育プログラムに依存していません。

つまり、
・店長が安心してチャレンジできる環境を整えているか？
・成果ではなく、行動や姿勢に目を向けて評価しているか？
・振り返りと改善を促す仕組みが組織に根づいているか？

こうした“土壌”こそが、
他社事例から本当に学ぶべきポイントです。

他社の取り組みをそのまま模倣してもうまくいかない
ことはよくあります。

大切なのは、自社の風土や課題に照らし合わせて
「なぜそのやり方が機能しているのか？」を深掘りし、
自社用にアレンジする視点です。

現場に合ったやり方にカスタマイズしながら、
仕組みと風土を整えていくこと。

それが、自発的な店長を育成するために、
他社事例から本当に学ぶべき“必要なこと”なのです。

課題解決に向けて 1 つご提案があります

「自発的な店長を育てるには仕組みが必要」
このレポートを通じて、
その重要性を感じていただけたのではないでしょうか。

ただ、実際に現場でそれをやろうとすると、

「何から手をつければいいのかわからない」
「育成の仕組みを作る時間も人手も足りない」
「うちの店長にそんな力が本当にあるのか不安だ」

そんな声が経営者や人事担当者からよく聞かれます。

なぜなら、現場のマネジメントや日々の業務に追われながら、
育成の“仕組み”まで整えるのは簡単なことではないからです。

これまで私たちが支援してきた多くの企業でも、

「教育は感覚や経験に頼っていた」
「必要性は感じていたが、いつも後回しになってしまった」
というのが実情でした。

そこで、この課題を解決するために私から1つご提案があります。

それが、「店長育成の仕組み化診断」です。

これは、店長をはじめとする
現場のリーダーを“自発的に育つ人材”に育てていくために、

貴社の育成の現状や組織体制を客観的に診断し、
課題を明確にする無料サービスです。

・育成が属人化していないか？
・評価とフィードバックの仕組みは機能しているか？
・店長が成長実感を持てる環境があるか？

といった観点から、強みと課題を整理し、
今後どんな仕組みを整えていけばよいかを
具体的にアドバイスさせていただきます。

「言われたことはやるけど、自分からは動かない」
そんな店長が変わるきっかけは、
“育成する側の仕組み”にあります。

人材育成を組織的に強くしたいと考えている方は、
ぜひこの診断を活用してください。

なぜ、“提供”するのか？

提供する理由は２つあります。

今回「店長育成の仕組み化診断」を無料で提供している理由は、大きく2つあります。

1つ目は、店舗ビジネスに関わる人たちの“社会的地位”をもっと高めたいという想いからです。

私たちが支援している企業の多くは、飲食や小売、サービス業といったいわゆる「店舗ビジネス」です。

この業界で働く人たちは、現場の最前線でお客様と向き合い、世の中に価値を届けています。
にもかかわらず、

「人が定着しない」
「店長になりたがらない」
「アルバイトにすら敬遠される」

といった声が多く、
残念ながら社会的評価が高いとは言えません。

この現実を変えるには、
まず企業自身が「人を育てる仕組み」を持ち、
現場で活躍する人の価値を正しく引き出すことが必要です。

「店長＝マネジメントができる人材」

「現場＝自律的に成長できる環境」

こうした状態を当たり前にすることで、
働く人の意識も変わり、周囲の見る目も変わっていきます。

私たちはこの取り組みを通じて、店舗ビジネスの社会的地位を根本から押し上げたいと本気で考えています。

その第一歩として、自社の育成の課題を客観的に知ってもらう「診断」を無料で提供することにしました。

2つ目は、診断を通じて私たちの研修や育成支援に興味を持っていただけたら嬉しい、という想いからです。

私たちはこれまで、500社以上の企業支援を行い、
多くの企業で「自発的に動く店長」「現場を牽引する店長」が育つ仕組みを構築してきました。

なかには、年商が数億円から倍増した企業や、
離職率が半減した企業もあります。
こうした実績に自信があるからこそ、
診断をご案内しています。

実際に診断を受けて「もっと詳しく知りたい」
と思っていただけた方にのみ、
研修などのご提案をさせていただいています。

このレポートをご覧になって、
「うちも何か手を打たなければ」と感じられたなら、

まずは診断を受けてみることが、
店舗の未来を変える第一歩になるかもしれません。

社長と二人三脚で結果を出す

人材育成や店長育成というテーマは、
型にはめればすべてうまくいくというものではありません。

企業の歴史、店舗の状況、働く人の気質、経営者の思い。

それぞれの企業で「育て方」はまったく異なります。

ですから、私たちが行う支援は、
いわゆる“パッケージ型サポート”ではありません。

診断を通じて現状を把握し、
必要があれば「こういうやり方なら御社に合いそうです」といった形で、
個社ごとにカスタマイズします。

その際、私たちだけで勝手に進めることは一切ありません。

・店長にどんな役割を担ってほしいのか。
・どんな人材を育てたいのか。
・今、現場でどんな問題が起きているのか。

こうしたことは、
社長や現場の責任者としっかり会話しなければ絶対に見えてきません。

だからこそ、最初の段階ではできるだけ直接、
経営者の方と話をさせていただきたいと思っています。

もちろん、「現場に任せたい」という企業もあると思いますので、
その場合は担当の方を交えながら、丁寧に進めていきます。

支援の最中も「一度決めた内容をやり切る」のではなく、
現場の反応を見ながら何度も調整していきます。

「型に合わないなら、型の方を変える」
それが私たちの支援スタイルです。

ただの“コンサルタント”や“外部講師”ではなく、
社長にとって欠かせないパートナーとして、
共に店長育成の文化を根づかせていく。
そんな存在でありたいと考えています。

仮に、即戦力の優秀な店長を外部から採用しようとすると、
どれくらいのコストがかかるでしょうか？

飲食・小売・サービス業界において、
店長候補の採用単価は平均で50万円〜100万円程度。
中堅以上となると、
人材紹介会社を使えば1人あたり年収の30〜35％が相場です。

仮に年収400万円の人材であれば、
採用コストだけで120〜140万円。

さらに入社後も研修や引き継ぎ、
現場での適応期間が必要となり、
実際に戦力化するまでには半年〜1年近くかかるケースも珍しくありません。

それだけのコストと時間をかけても、
「思ったより現場が合わなかった」
「短期間で退職してしまった」となると、
リスクも非常に大きいのです。

一方で、社内で店長候補を育成する場合はどうでしょうか？

すでに現場を知っている社員であれば、
ゼロから教育する必要もなく、

3ヶ月〜1年程度の育成で
「自発的に考え、行動し、成果を出せる店長」
を育成できます。

必要なのは、育成の設計と、段階的にスキルを引き上げる支援体制です。

私たちがご提供している「店長育成の仕組み化」支援では、

高額な採用コストをかけずに、
社内の人材を戦力化する仕組みをつくるお手伝いをしています。

社内育成が軌道に乗れば、
毎回採用に100万円以上かける必要もなくなりますし、
離職率の低下や現場の安定にもつながります。

仮に毎年2〜3人の店長を採用していた企業であれば、
年間で300万円〜500万円のコスト削減も現実的です。

このように、
「育成の仕組みを整えること＝コスト削減であり、長期的な成長戦略」
だと私たちは考えています。

今すぐ、店長育成の仕組み化診断をご利用ください

ここまで

「自発的な店長育成マニュアル」

をご覧いただきありがとうございました。

いま、店舗ビジネスにおいて
「人材の採用」よりも「人材を育て、定着させる仕組み」
が最大の経営課題になっています。

本マニュアルでは、スタッフが辞めずに成長し、
店長が育つ組織の作り方を解説してきましたが、

実際には、日々の業務に追われながら、
これらを社内だけで実行するのは現実的ではありません。

ましてや、店長育成の知見がないまま手探りで取り組んでいても、
人材はなかなか育たず、逆に退職リスクが高まってしまうことすらあります。

だからこそ、
「自社に最適な店長育成の仕組み」がどうあるべきかを知る第一歩として、

無料でご提供している
《店長育成の仕組み化診断》をご活用いただければと思います。

診断では、御社の課題を可視化し、店長が辞めずに育つための改善ポイントを明確にお伝えしています。

もちろん診断を受けたからといって、
無理にサービスを勧めることは一切ありません。

ただし、現在すでにご支援させていただいている企業様が多数いらっしゃるため、診断の受付枠には限りがあります。

一定数に達し次第、一旦締め切らせていただく予定です。

このマニュアルを読んで、
「自社でも店長育成を始めたい」と感じた方は、
今すぐ《店長育成の仕組み化診断》にお申込みいただき、
店長育成の仕組みを明確にする第一歩を踏み出してください。

店長育成の仕組み化診断に
無料で参加する！

ご一読いただき誠にありがとうございます。
ご縁ありますと嬉しく存じます。

高木悠