

好調企業のデジタル戦術

福田涼介スタック CEO が聞く

▷ 2 ◁

スタージョイナス社長兼ジャック社長 松下一英氏

言語化とコーチング
——松下さんが担当した時の「ハフ」の国内売上高は約10億円。その後、順調に拡大して前期も39億円。「カッコ良いから売れる」という考えを改めたのが好調の背景と思う。

「カッコいい」を事実ベースで

「カッコ良かったら売れるでしょ」って何十年前かに海外で聞いて自分も感銘を受け、自分も昔はそんな風になっていた。確かにファッションのエッジな部分やクリエイティブにも力を入れてきたが、今思えば、それは「解釈」に過ぎなかった。

——カッコいいを解釈では
「トップである松下さんは事実ベースで事業を進めた」と思っても、それまではカッコいいを解釈だけでやってきた現場は戸惑わなかったのか。

セールなど施策によってはブランド価値が毀損するとの声もあった。では「ブランド価値って何」と聞くと、自分でアイデアを出して解決して

ルールを目指すのか」とウエア（現在地）、ハウ（手法）がある。多くはゴールとウエアの問題点が多く横たわり、現場はゴールにたどり着く方法、頑張り方がわからない。ここを解決するため、ゴールへの工程表を作り、必要なデータを取って、メンバーでアイデアを出して解決して

なく事実（数値化）ベースの運営にした。数値化「売り上げで、伸びているのは、カッコよくて顧客に知られ、ブランドを好きでいてくれている」ということ。

が納得できる答えを誰も返せなかった。
——どう進めたのか。
デジタルとは少し離れるが、一言で言えば、言語化とコーチング。KPI（重要業績評価指標）、KGI（重要目標達成指標）を決め、その目指し方を共有した。ゴールに対しては、ホワイ（なぜ）

もらった。ハフはストリートブランドだが、メンバーの頭の中は全然ストリートではなくなった（笑）。
理詰めで、うまくいく

——今では「分析脳」を身に着けたメンバーの施策で売りを伸ばしているわけだ。さらに成長させるための

「うちでもやりたい」という風に仕向ける。会社も文化も違っているから、最初は「うち（そのやり方は）違う」となりがちだが、型に沿って問い、進めれば大体うまくいく。上野商會であれ、「ナン・ユニバース」であれそうだ。理詰めでもれはうまくいく可能性は高い。

【聞き手】福田涼介スタック CEO（最高経営責任者）
96年生まれ。メルカリ、DM Mでの新規事業立ち上げを経て、18年に創業。ノーコードでモバイルアプリが作成できる「アッピファイ」など提供。22年10月、プレシリーズAで5億2000万円を調達。今冬には大手小売業向け基幹システムを公開予定。

