

経済環境が急変する気配を察知し、『羅針盤』を導入。
『羅針盤』導入から1年、「がむしゃらに走り続けてきた」
結果、売上が前年対比45%増という形に結実している

「羅針盤」の魅力を探る



熊谷社長

電器店経営情報総合管理システム

「羅針盤」の魅力を探る

——でんき館リックス（長野県飯田市）に見る導入事例——

新しい経営形態を支える「大メリット」

「攻めに強く、守りに強い経営」が求められる09年。全国の電器店で愛用されている電器店経営情報総合管理システム「羅針盤」が威力を発揮している。「羅針盤」の導入事例。今月は、でんき館リックス（長野県飯田市三日市場1466-1、熊谷弘社長）を訪ねた。08年正月、経済環境が急変する気配を察知した熊谷弘社長は、同年5月に「羅針盤 総合管理PROシステム」を導入。さらに量販店のFCになることによって活路を見い出すことを決めた。「羅針盤」導入から1年、量販店FC加盟から半年余り、「がむしゃらに走り続けてきた」という結果は、売上げが前年対比45%増という形に結実している。正に、時を知り「先発すれば人を制し、後発すれば人に制される」である。

ミスターコンセント、エイデンのFCに

家電量販店エイデンと正式に契約してグループに入ったのは、08年9月23日。提携する量販店は何社か選択肢があったが、FC本部の所在地が近く、シェアが高い東海地区が近いという理由からエイデンを選び、エイデンが参画するエディオングループといっしょに歩むことにした。

創業は1973年（昭和48年）。伊賀良電化サービスとしてスタートした。現在、人員は

「羅針盤」開発・発売元のメディア・ネットワーク・ジャパン（本社：東京都北区赤羽台3-1-19、電話03-399063561、澤田国治社長）のホームページでは、「羅針盤」の操作イメージの一部を紹介する充実したサンプル画像を掲載している。本文とともに参照されたい。

<http://www.mnj2000.net/>

熊谷社長、父親の吉弘会長と正子夫人、男性契約社員とパート各1人。修理部門（ミスターコンセントのFC）がパソコン担当、修理担当各1人。合計7人で年商は約1億3千万円。現在の「でんき館リックス」をオープンしたのは03年11月。同年12月に修理専門店のFC「ミスターコンセント」に加盟し、飯田店をオープンさせた。それから6年、エイデンへ加盟して新たな形で経営拡大を図っている。

粘り強くアプローチ

これまで経営方針、営業施策を大きく変えた節目に店名を新しくしてきた。1994年には、メーカーのチェーングループに参加し、「リックスイガラ」と店名を変えた。03年に「リックス」を設立し、「でんき館リックス」の新店名で新たなスタートを切った。

同年に開設した修理専門店「ミスターコンセント飯田店」は、10年がかりでオープンにこぎつけた。熊谷社長は大学時代にミスター

「羅針盤」の魅力を探る



経営効率を大幅に改善させた「羅針盤」

コンセントの社長に直接電話して加盟を希望したが、断られた。当時、ミスターコンセントのFCは量販店ばかり。保証金など資金面で相手にされなかった。地域を回ってみて、地域店が頼まれる修理依頼の多さを実感した。熊谷社長は粘り強く加盟を希望して実現した。ミスターコンセントに加入すると、全メーカーと取引ができることも魅力だった。元来、修理は得意だったので、一段と強みを発揮する体制ができた。

少なくなった売り掛け

一方、「羅針盤」の導入は、顧客・商品・販

売履歴などの情報を一元化することにより業

務が効率アップし、経営の体制強化につながった。「以前から利用していたメーカーのシステムが思うように活用できていなかったことから危機感を感じていた時に羅針盤にめぐり合った」という熊谷社長。「羅針盤」の導入は「大きく分けるとふたつの利点がある」という。

ひとつは「顧客管理」で顧客のマスターを開くと、一見して顧客のR、F、M、つまり最新購買日(R)、累計購買回数(F)、累計購買金額(M)や現在の売掛金額などの情報が表示されるので、顧客の総合情報をもとに、売掛金などに注意して売上げや請求方法などを工夫した納品書や請求書や納品書を打ち出し、売り掛けを少なくすることができるという。エイデンのPOSシステムも導入していることから、ふたつのシステムを活用することでさらに威力を発揮している。事務的な作業は、以前に比べ、はるかに効率アップしたという。

顧客への対応・フォローがスムーズに

もうひとつの大きな利点は、電話のベルが鳴る前に「羅針盤」に登録してある顧客情報が端末のパソコン画面に表示される「CTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）機能」。「羅針盤」が経営に加わるまでは、電話がかかってきても受話器を取るま

で相手が誰か、分からなかった。

休日中の電話は、電話がかかってきたことさえわからなかったという。それが「羅針盤」の導入で着信履歴がわかり、休みの翌日に電話フォローすることで、「販売の機会損失」をなくすることができる。

しかも、以前は電話をかけてきた顧客への対応やフォローをするために、顧客ファイルから情報を探し出すのが大変だった。「羅針盤」だと電話を受けた顧客の住所、電話番号、購入した商品の型番、購入時期をはじめ、さまざまな顧客情報が画面に表示される。対応はきわめてスムーズにできる。「羅針盤」を導入して初めて分かったシステムの威力の凄さだ。

新たに営業を2人増員して体制強化

「羅針盤」が同店で稼動して1年。ミスターコンセントで受けた修理の記録データ、顧客情報は入力するのはこれからだが、1万数千件ある修理情報を活用することで、さらなる武器となる。

家電店と修理専門店のミスターコンセントを併設したのは、修理が家電製品の購入につながり、家電製品を購入してきた顧客が、修理の顧客にもなるという相乗効果をにらんでのもの。いつ修理したのか、いつ商品を購入したのかが明確であれば、そのデータをもとに営業戦略を打つことができる。

「羅針盤」の魅力を探る

「羅針盤を導入し、エイデングループに入ってから、がむしゃらに走り続けてきた。ここへきてマンパワーの不足も感じ始めている。まずは営業を2人採用したい」と熊谷社長はいう。販促策はエイデンのチラシが新聞折り込みされる。チラシが入った後は、近くのエイデンレギュラー店舗に顧客といっしょに商品を見に行くことも少なくない。いわばエイデンの店舗がショールームの役割を果たしている。逆に、エイデンの顧客の修理をミスターコンセントが請け負い、お互いに利点を活かしている。

熊谷社長は「地域家電店の売場では展示できる商品は限られてくる。その点、量販店の売場は魅力がある」と語る。

エイデンに加盟して、「品揃えや地域専門店としての経営のあり方など、家電業界のことを再認識した。学んだことは多い」という。「エイデンでは商品ごとに何段階にもわたって利益のランクがつけられている。顧客管理も徹底していて、特別招待会で大きな売上げ、利益もあげている」といふ。

オール電化で独自に勉強会

今後、期待する商品はオール電化だが、オール電化の販売は商品知識はもちろん、工事も含めて対応できないとプロではない。熊谷社長は「私の考えをスタッフ全員に浸透させ



エイデンとミスターコンセントが併設するでんき館リックス

ることが大事だ」として、今年4月後半から毎週火曜日に「勉強会」を始めている。

「これからは羅針盤を活用して顧客の固定化すなわちファンづくりを進めなければいけない。そのためにはスタッフの質の向上が求められる」。

景気が低迷している中、定額給付金やエコポイントなど追い風もある。飯田市は1万円の商品券で1万2千円使用できるプレミアム

商品券を発行した。4月26日に飯田市の商工会議所で同商品券を売り出したところ、900人が行列をつくったという。肝心なことは定額商品券で家電商品を購入してもらえるかどうかだ。環境に対する意識は高いことから省エネ家電製品をアピールするチャンスがきている。

同店は07年度経済産業省の省エネ製品普及推進優良店に選ばれている。熊谷社長は「環境問題に関心を持っていただき、一生懸命取り組んでいる」という。エコポイント対象商品の中でもテレビとエアコンに期待している。

修理データを活用して攻めの営業

今後の課題は、修理を販売につなげる仕組みを構築することだ。なかでも比較的修理が多いパソコンを営業につなげることができると大幅に効率があがる。さらに、1万世帯以上ある家電の修理データから顧客を分析し、アプローチをかけて攻める営業をしていくことにある。

熊谷社長は「新体制になって商売がすごく楽しい。景気が低迷しても、売上げはこれまでのところ前年比45%増と伸びている。通年でも前年対比20%増を目標としている」。今年もスタッフの拡充など積極的な施策を打ち出していく。攻めの経営に「羅針盤」はより威力を発揮しそつだ。