

旧ソフトの不満だった所が『羅針盤Pro-POS』
で解消！ 今後は、『羅針盤』を強力な助っ人
として「地域超密着」を目指して励む！！

「羅針盤」で経営力アップ



UNIXベースのシステムに代って稼働する「羅針盤」

同店の創業は昭和14年。二代目の弘史社長（現会長）が昭和47年、株式会社を改組。現在の社長は三代目。平成15年に引き継ぎ、今年4年目を迎えたところだ。

同店はJR奥羽本線・秋田内陸縦貫鉄道の鷹ノ巣駅前、昭和のおもかげを残すアーケード商店街にある。3階建てのビルは、かつて小売集合ビル「秋北プラザ」だったが、現在は1階約400平方メートルに店を構え、2階に洋服店が入居。3階は電器プラザササキが倉庫と事務所としている。

■佐々木社長は三代目

高齢化に伴って街の活気も失われて久しいが、反面、近場には大型商業施設も少なく、ぼつかりとエアポケットになっている地域といえる。

■地域量販的な存在

そのため、地域一番店の同店は地域量販的な存在だ。店頭販売に4人、修理・配送担当に4人、経理に2人、店頭修理兼システム担当に1人の社員を配置している。

各メーカーのAV、白モノ家電を扱うほか、パソコン、携帯電話、CD、DVD、ゲームなどソフトも扱っている。このほか秋田県鹿角市でリサイクルショップを運営しており、2人の従業員を配置している。



「羅針盤」で経営力アップ——導入実践編

UNIXから「羅針盤PRO-POS」に 乗り換えた電器プラザササキ（秋田県北秋田）

メディア・ネットワーク・ジャパン（東京都北区赤羽台3-1-19、澤田国治社長）が提案する「羅針盤」は、すべての経営シーンに対応するオールマイティな総経営支援ソフトだ。電器プラザササキ（佐々木電機、秋田県北秋田市花園町2-32、佐々木大社長）は2006年秋、UNIXベースのシステムから「羅針盤PRO-POS」に乗り換えた。「リアルタイムの情報が見たい時にいつでも見られる。意思決定が格段に早くなった」と、「地域超密着経営」の右腕とする。



佐々木社長



店舗は元小売集合ビル

■原告は「なぜ、当店？」

毎月2回、新聞折り込みチラシを配っているほか、年4回DMを投入している。見込客、得意顧客向けには年3回の「頒布会」を実施している。

「基本的にチラシによる待ちの商売だった。11年前に店に入ったときから、『なぜうちで買ってくれるのか』を考え続けてきた。量販店ほど大きくもなれず、普通の地域店ほどのサービスが徹底できているわけでもない。中途半端な存在だった」と佐々木社長は述懐する。取扱商品のアイテム数は多い。従

来のシステムで商品マスターは2万2000件を超えていた。このシステムは15年ほど前に導入したUNIXベースのPOSシステムで、当時1200万円相当の投資になったという。老朽化に伴い新システムを模索していた中で「羅針盤」にめぐり合った。

■澤田氏が北秋田まで

メディア・ネットワーク・ジャパンに説明を打診すると、澤田六郎氏が遠路はるばる鷹巣までやってきた。かつて地域量販店を営み、病気で引退。そのノウハウをもとに「羅針盤」を立ち上げた経歴の持ち主だ。

「羅針盤の説明は、まず身の上話から始まりましたよ（笑）。ただ、経営論なんかを聞いているうちに、澤田さんの思いやノウハウが凝縮されたソフトなんだと感じた」と佐々木社長は話す。

■羅針盤のPOSシステムの特徴

「羅針盤」のPOSシステムは、パソコンにレジドロアー・バーコードリーダー・レシートプリンタ・カスタマイズプレイの一式。バーコードレジ機能から、顧客・売上・販



今はまだ手書きの見込情報

売・商売在庫・仕入掛・修理受付・金銭出納・ポイント管理さらに、C/TI・商品カタログ発行や売価POP印刷機能まで網羅している。

データを共有して社内LANで一連のPOS機器を10台まで接続して使用でき、バーコードで売り上げた顧客・商品データを販売時点で管理ができる、顧客総合販売管理POSレジ機能にある点だ。操作は簡単。販売した商品をバーコードで読取るだけで、顧客管理・売上とクレジッド管理・商品と在庫管理、さらにレジドロアー内の金銭管理までデータをすべて管理更新する。売上後の各種集計や検索、分析データをいつで

も瞬時に取り出せる。

驚きは、データ絞込み検索やクロス小計付売上集計と自動発注引き当てと仕入買掛帳の自動作成機能、さらにRFM分析結果の「顧客ランク」が、顧客台帳へ自動表示される機能だ。

また、商品マスターは直接メーカーの商品URLにリンクしている。顧客からの商品問合せに、ワンクリックで瞬時に、商品や機能特徴の即答ができる。さらに現金問屋へもリンクし、現在の現金卸価格がわかる、競合店の売価も、いつ、いくらで、どんな内容で販売していたか、などの管理のほかに、登録商品の未稼働日数の自動表示と指定適正在庫数状況管理ができる。まさに至れりつくせりだ。

このシステムは家電店経営の、「攻めと守り」に強く、これからの地域店にとって「正に、鬼に・金棒」と言えるだろう。

■格段に早まった意思決定

こうした盛り沢山の特長の中で、佐々木社長が第一に魅力を感じたのは、リアルタイムな応答の良さ。「試算表を出力するわけですが、その月

「羅針盤」で経営力アップ

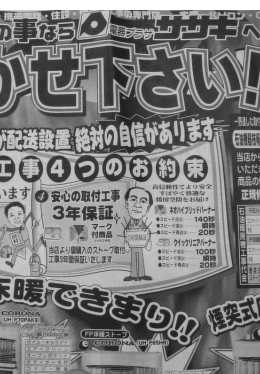


顧客満足を強調する店内POP

の買掛残高が今分かる、というところで食いつきました」と大社長。
旧POSシステムでは月に一度の更新作業を経なければ見ることができなかったデータだが、リアルタイムで把握できる。発注時に入力したのももすぐに反映される。

■サーバと端末をLAN接続

「羅針盤」は店頭でPOSレジ機



チラシは自店の主張をしっかりと伝えている

1台、検索用端末1台と事務所のサーバ1台をLANでつなぐ構成で使用している。旧POSシステムから顧客情報1万6773件、家族件数5255件、商品マスター12万2395件、保有件数8万6176件のデータを変換して移した。
「仕入買掛管理」のほか、「売上管理」、「売上集計分析」「在庫管理」がもっか最も活用している機能。POSレジも連動しており、当日の売上がリアルタイムに把握できる。
現在は13時と16時の1日2回、定時報告を出力しており、業務用無線（インカム）を通じて全社員に伝えている。それぞれの社員も皆操作でき、

いつでも最新の情報を確認することができるといえる。

「まだ羅針盤のすべての機能を使いこなしていない」という佐々木社長は今後、顧客管理による販促や商品在庫管理面でさらに活用を強化したいと考えた。

■めざすは「地域超密着」

商圏は、4町村が合併してできた北秋田市全域および隣接する上小阿仁村で、従来のシステムに登録されていた顧客数は1万6773世帯。

クルマで国道7号線に乗れば、1時間足らずで西には能代市、東には大館市という商業集積地が控え、家電だけでなく、全体的に消費は流出傾向にあるという。

そんな中で佐々木社長は「なぜ、うちで買ってくれるのか」を考えに立ち戻るといえる。

「結局のところ、何かあったら走ってきてくれる、地元で安心できる、近くて対応が早い」というごく当たり前のところが答は落ちていく。価格や品揃えと

いう点にとらわれず、うちが評価されている強みを伸ばしていけばいいのだと考え直した。

その結果、掲げたのが「地域超密着」経営だった。

■家上がる時は白い靴下

修理や工事・配送を行っていた業務部門の4人の仕事の仕方にきめ細やかな改善を加えた。それは――

①家上がる際に靴を揃え、白い靴下を上履く。

②青い絨毯で養生する。

③取り付けが終わった後は掃除をする。

この3項目を徹底させた。

実はこの3項目は、某量販店の手法をまねたものだが、「アピールの上手なところはどんどん取り入れてい



POP作成ソフト用のノートPC

「羅針盤」で経営力アップ



チラシでも省エネ製品を強調している

くべき。月2回のチラシにも3項目は入れているし、チラシを打ったからには確実に実行していかねばならない」と同社長。

「靴下を履く前に、お客に『今から靴下履きますよ』と宣言してから履くくらいでないと、本当の理解を得ることはできない。説明しなければ、ただもたついているというマイナスイメージすら与えかねない。アピールは大事です」。

■B5サイズの似顔絵入り名刺

業務部門には似顔絵イラスト入り

の大判名刺も作っている。なんとB5サイズ。

「ササキは他と全然違う、と言われなくては。適正価格をいただいている以上、相応の満足を感じてもらいたい」と、繰り返す。

業務部門の社員は、家電製協会の家電総合エンジニア資格を持ち、アドバイザー資格も8人が取得している。さらに業務部門の提案営業能力の向上に努めている。出向いた先で商品の提案を行い、顧客の属性情報や見込みを把握して行く。

これらのデータも「羅針盤」で活用を強化していきたい考えだ。

■CTIが稼働

顧客管理機能のうちCTIは稼働し、修理受け付け電話と連動して顧客データが表示されるので重宝している。店頭販売員はインカムをつけているが、例えばレジに居るスタッフが来店者のデータを検索し、対応しているスタッフに「耳打ち」することもできる。「地図連動を是非使いたい。外回りで速く動けるようになるだろう」という。

顧客ランクはA1からD6まで24段階にランク付けされている。購入

頻度と金額を組み合わせたもので、期間はAが3年以内から5年、7年、10年以上の4段階。金額は1000万円以上、75万円、50万円、25万円、10万円、1万円の6段階。

「ランク付け自体は旧POS時代から変わってはいない。半年ごとに更新しているが、属性情報、付帯情報を埋め込んでいけば、今後はもっと面白い分析もできるはず」。

■模索する新事業に羅針盤運動

さらなる発展のため、家電以外の業態も模索しており、平成13年からWB工法という新築住宅の代理店を行っているほか、CDなどのソフト事業や平成17年からは鹿角市にリサイクルショップを開店した。

「中古ソフトの販売ノウハウはあったので、古物商免許の適用範囲を拡大し、総合リサイクルショップと化した。粗利率が高く、ここに来て黒字化のめどが立ってきた。本業との相乗効果も考えて取り組み始めた事業だが、鷹巣（本店）での下取り品買い取りでの連動効果もあった」と同社長。

今のところ鹿角は単独管理しているが、事業規模が大きくなれば、「羅

針盤」との連動も考えられる。

■県内唯一の認定店

現在、家電の売上構成比は7割ほど。秋田県では唯一の「省エネ型製品普及推進優良店」として平成17年度、財団法人省エネルギーセンターから認定された。店内各所にPOPを貼って「県内唯一」をアピールしている。

今後、オール電化にも関心があり、「高齢者は昼間、家に居ることも多いので、夜間電気料金の効果などを確かめ、取り組みたい」という。

■羅針盤が助っ人に

従業員10数人を擁する地域量販店という業態は、ここ数年、大手量販店同士の激戦に揉まれて縮小ないし閉店を余儀なくされるケースが目立つ。

「現在の120坪という広さは中途半端。地域店のサービス力と量販店の価格と品揃えなど両方の良さを取り入れ、地域にジャストサイズの店にしたい。羅針盤は強力な助っ人になる」と同社長は展望を語っている。