



## 「羅針盤」で経営力アップ——導入実践編

# 「攻めと守りに強いソフト」に魅力、 売上げアップめざすフジ電業(京都市) (右京区)

地域電器店がパソコンを経営支援に活用することは珍しくなくなった。そのため、新たなソフトを導入すると、以前とは違う仕様に対応を迫られるが、そのギャップを乗り越える魅力が、これからの家電店を支える。フジ電業(京都市右京区花園伊町3、妙心寺南門西入ル、伊勢徳太郎社長)は「羅針盤」を導入して1年。「攻めと守りに強いソフト」に魅力を感じている。データベース(ワン・ツー・ワン)マーケティングの活用に磨きがかかり始めた。

### シャープのおかげで鍛えられた

伊勢社長は現在地で生まれ育った。高校卒業後、京都市内のシャープの会社に勤めた後、22歳で独立。電器店を開業した。以来35年。現在、人員は伊勢社長と篤子夫人、次男の敬之さん、そして勤続25年のベテラン従業員、三浦順司さんの4人。

商売を始めた頃、市内の電器店から「おまえ、ようシャープで電気屋やるなあ」と言われた。35年経った今、「シャープと言えば、液晶テレビのアクオス。やってきてよかった」と伊勢社長は思う。当時、「おまえ、

よう…」と言った電器店はその後、つぶれてしまった。

「確かに商売した頃は苦労しましたわ。お客にしてみたら、シャープゆうたら、2流、3流のイメージしかなかったですから、ひとこと、ふたこと、余計しゃべらんと売れんかった。おかげで営業力、提案力をつけさせてもらったかも」。

### 不利な立地で35年

店舗は京都市内の西部、臨済宗妙心寺派大本山、通称妙心寺の南門近くにある。700年ほど前に開かれた同寺院は、境内が広いのが特徴。

周囲600m四方に41の塔頭がある。

「夕方6時を過ぎると、店の前の通りは誰も通らない。煌々とした照明はお寺の石垣をライトアップしているようなもの。北は妙心寺、南はJRの線路で寸断され、市内を向いている東側のお客には知名度が低い。我ながら、よくこの立地条件で商売ができていると思う」と伊勢社長。

しかし、篤子夫人は「妙心寺のおかげで仕事が途切れない」という。「一般のお客さんは息子さんが帰ってきたりすると、長年のおつき合いいも途絶えてしまう。でも、お寺はなくならない。丁寧に應對している」と、商売を続けさせてもらえる。あ

りがたいことです」。

### パソコンで管理して20年

取引先のシャープが早くからパソコンを手がけたこともあり、シャープが提供した電器店支援ソフトで顧客管理を始めたのは20年ほど前になる。8年ほど経って、シャープの勧めでデータ移動ができる他のソフトに乗り換えた。さらに「羅針盤」を導入したのが、06年春。活用し始めて1年経ったところだ。



「羅針盤を強力な助っ人に育てたい」と伊勢社長夫妻

## 「羅針盤」で経営力アップ

伊勢社長は京都府電機商業組合の役員をしている。組合で「羅針盤」を「地域電器店経営に役立つソフト」として斡旋したのが、「羅針盤」を導入したきっかけだ。

以前のソフトは使いやすいうように改良に改良を重ね、「これ以上はない」というところまで使いこなした。その伊勢社長があえて「羅針盤」に乗り換えた魅力は、「データを活用した「攻めと、守りに強い」CRM自動構築データベースマーケティングシステム機能だった。

### 組合で斡旋



活気があるフジ電業の店舗外観

お客さんから電話が来た時、電話のベルが鳴る前に、電話をかけてきた相手の電話番号・名前や住所・地図、さらに購入履歴・保有商品・家族構成などの重要データを画面に一覧表示してくれる。

表示顧客マスターには、現在の売掛額、最新購入日、累計購買回数、累計購買金額とRFM分析評価の顧客ランクが自動表示される。その他の居住状況や趣味など数十種類の属性データなども表示される。

「羅針盤」の優れた機能のひとつ、CTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）プログラムだ。

伊勢社長が強力に活用しようとしているのが、商品管理機能だ。購入履歴をクリックすると該当商品のマスターと入庫履歴（リサイクル管理機能付き）、保守修理履歴、15日以前までの競合店売価、現金卸問屋売価が表示、さらに、当店独自の商品画像付き「簡易カタログ」が印刷できる。これは羅針盤ならではの「攻めの手法」機能だ。

特に、提案販売や見積書を届ける

時に、商品写真にオリジナルの「おすすめ3ポイント」が書かれた単品の「当店のおすすめチラシ」だ。顧客の多段階階級込み検索とデータ分析を基に作成される。

フジ電業は京都地区のシャープ販売店の有志4店と経営研究グループ「サクセス会」をつくっているが、他のメンバー2店も「羅針盤」を導入し、家電店経営に欠かせない強力な支援ツールになっている。

「製品に不具合が出てメーカーが回収しようという時、羅針盤から製造番号で該当機種を使っている顧客をいち早く検索し、顧客に案内してメーカーに連絡する。顧客にとって安心感は大きな信頼につながる」。

デジタル放送受信機に同梱されているB-CASカードの番号も入力してあるので、顧客が新たにCS放送を見たいという時は、番号を確認しなくても申込をしてあげられる。

そうした細やかな入力は男性陣が各自行っているが、毎晩、篤子さんが売上日報をチェックして訪問先の記録がされているか、どうかを調べている。

顧客に旧家や寺院が多いフジ電業には、売り掛けという昔ながらの商

習慣が残っている。毎月、1000件から1500件、請求を出し、集金して回る。

### 具体的に工事内容を記載

目の前の妙心寺をはじめ、長年重宝がられてきた寺院の注文は、さまざまな工事や修繕が多い。電気工事や火災報知機、セキュリティシステム、電話工事などを請負う。大半は現場に寺院の関係者はいない。「お任せ仕事」になるため、納品書には単に「改修工事一式」とせず、備考メモ、作業細メモに、どこか、何を、どうしたか、具体的に記載して顧客の信頼に込めている。

現在の登録客数は1570件。そのうち稼働しているのは半分程度だが、寺院の場合、「お寺会計」「住職会計」「奥様会計」、さらに副住職である「新命さん会計」と、ひとつの寺院で「登録顧客」は3つ、4つというのは珍しくない。

「昔のご用聞きのような商売が続けているが、課題はデータを活用し休眠客をいかに稼働顧客にするか。さらなる提案活動に創意と工夫をこらしていきたい」と話している。

## 簡単入力、早い引き出し

伊勢社長は経営支援ソフトの基本條件に「従業員が全員扱えるためにも、できるだけ入力が簡単なこと。そして入れたデータを早く引き出せること」と、「簡単さ」と「レスポンスの早さ」次世代を見越し、サーバー&クライアント活用ができるシステムソフトを挙げる。

以前のソフトはカタカナ入力の商品マスターでなければ検索ができなかったが、「羅針盤」はカタカナ、漢字、ひらがな、何からでも商品データが表示される。以前のソフトでは、検索しやすいように自分で絵文字とアルファベットを組み合わせたコード表を作り、データ化した。それらのデータは、「羅針盤」を販売するメディア・ネットワークのサポートセンターの力を借りて「羅針盤」にすべて移行させた。

## サポートの良さを実感

篤子夫人は「羅針盤」の魅力のひとつにサポートセンターの対応を挙げる。

「前のソフトとの仕様の違いもあり、羅針盤導入時に、操作、運用が不慣れでサポートセンターに手順をひとつひとつ教えてもらっています。昔は一度聞いただけで他の人に教えることもできたのに今は覚えが悪くなりました。でも、サポートセンターは親切に教えてくれ、バージョンアップもしてくれまます」。

例えば、宛名書きの字の大きさや配置、順序を見慣れた以前の形に修正した。羅針盤の伝票はヒサゴに対応するが、備考欄にあるメーカー名を商品名、型番の次に来るように変えてもらった。

伊勢社長夫妻は「羅針盤」を使い



「サポートセンターが頼り」と篤子夫人

始めて教えられたことがある。ソフトの使い勝手を自由に変えられることが必ずしもいいことではないということだ。

## 不自由は堅牢の裏返し

「お寺から、4月の修繕分を前年度の3月分にして欲しい」と頼まれることがある。以前のソフトは難なくできたが、「羅針盤」は簡単にはできない。不便だと感じていた時、税理士から「さかのぼって売上げを変えすると、経理の基本が崩れてしまう」と指摘された。

「ソフトの中身が管理されている部分は簡単に触れない。不便なようで、その方が管理機能のしっかりしたソフトだということが分かってきた」という。

## 身の丈に合った取り組み

伊勢社長は「身の丈に合った取り組み」が身上だ。

自分ができる範囲で頑張ってきた。周りの電器店は高齢化して減っているが、わずか10坪の店でコンスタントに売上げを上げてこられたのは、

軸足を家電に置いてやってきた結果」という。

以前、工務店に出入りして電気工事に力を入れた時期があった。顧客から「ご主人、いつも見いひんな。嫁はんに家電任せて、勤めに出てはるんかいな」と言われた。「これではあかん」と思い直した。

敬之さんにも日頃から「値段で勝負するのではなく、自分を売るために個性を磨き、スキルアップしよう」と語っている。身の丈に合うやり方とは、そういうことだ。三浦さんも敬之さんも電気工事や水道工事、家電アドバイザーなど公的な資格を数多く持っている。「プロ中のプロ。自信を持って、しっかりお金をいただいて来よう」と伊勢社長。

ここ10年、同店の粗利率は35%にまで上がった。NHKのBSデジタル放送やWOWOWはじめ各種の契約取次ぎもコツコツと積み重ねてきた成果だが、売上げは年間1億円強を続けている。

大型量販店や競合店がひしめく家電業界の中で「安定を打破して更なるプラスに転じたい」という伊勢社長。「羅針盤」をその起爆剤にしたいと話している。