

最新市場レポート

デジタル時代にアナログカモ

～地域店の強みを生かした「情報発信術」～



黒田保光氏 (K-DIC) × 沼澤栄一氏 (栄電気)

コロナ禍で地域店の営業活動が大きく制限された。マスクを着け除菌液も常時携帯という訪問スタイルが常態化。タッチレス、ソーシャルディスタンスなどの環境下で、得意客を回り、会話をしながら注文を聞くという「ご御用聞き」活動が難しくなってきた。こうした中で、地域店はどのように情報発信を行っていけばいいのだろうか。

2 回目の「(テレワーク)Zoom ライブ対談」では、K-DIC(富山県富山市)社長の黒田保光氏と、地域店「デジタルマーケティング」のカリスマといわれる栄電気(東京都江東区亀戸)社長の沼澤栄一氏が地域店の「情報発信」をテーマに議論した。



▲「Zoom ライブ対談」の様



▲黒田保光氏会社創業は明治 25 年。昭和 40 年に黒田金物店電気部として家電販売を開始し 55 周年。保光氏は 4 代目の経営者

●情報発信が必要な理由

コロナ禍でアナログツールを見直す

黒田 今年 4 月、コロナ禍で営業活動の自粛を余儀なくされました。お客様からは緊急の用事、お困りごとの連絡しか入らなくなりました。僕たちの強みである「御用聞き」活動ができなくなったのです。

地域店はコロナ禍で何ができるのか。真剣に考えました。チャレンジしたのが紙媒体の見直し、ニュースレターです。コロナ禍でお客様に対する僕たちの想いと、お家でテレビをもっと楽しんでもらうために 4K テレビとチューブを提案。予想外の反響があって、2 週間で 4K テレビが 8 台動きました。

沼澤 実は僕もアナログの紙媒体は大事にしています。ニュースレターは今年 9 月で 80 号を数えました。現在の発行部数は 1,000 部ですが、ニュースレターのファンが確実に増え、新規客の増加とリンクしています。

ニュースレターに限らず僕が情報発信で大切にしているのは、地元「東京・亀戸」を愛する気持ちです。情報を通じて地元のお客様やお店がうれしいと喜んでくれることで、自分の店も元気になることができます。ニュースレターは、「亀戸愛」の内容に共感をもってもらった 7 人のボランティアがお客様に配ってくれているんですよ。

黒田 10 年ほど前からフェイスブックに取り組んでいます。始めたきっかけは、「街の電気屋」の活動を地元の人に知って欲しかったから。高齢者の見守りやサポート、夜回り、祭りの電飾の準備などボランティアでやっている人が結構い

ITツール M N J 羅針盤シリーズを活用



▲沼澤栄一氏。ブログ、フェイスブック、ツイッターなどのデジタルツールとアナログツールを駆使して増客、増収につなげている

るのに、そんな活動が全くとっていいほど知られていない。

目立たないけど、電気店は地域に貢献しています。そんな活動を発信すると、共感してくれる人が増えて現在 1,500 人に広がっています。フェイスブックとともに力を入れているのが、富山県電機商業組合と石川県電機商業組合で立ち上げたホームページ「でんきのつえ」。

まちのでんきやの「親孝行応援サイト」と銘打ち、地元から遠く離れたところに住んでいる息子さんに代わって、僕たち電気屋が親御さんの暮らしの不便や悩みを解決していこうと立ち上げたものです。

親御さんが購入した家電を、帰省した息子さんが(家電の)値段が高いと街の電気屋を非難するケースがあったのですが、こうした活動によってクレームは本当に少なくなりました。

沼澤 ウチは逆パターンですね。東京・亀戸周辺に親が住み、埼玉や千葉の息子さんが親をよろしく願いますというオファーです。僕のブログや SNS を見て、安心して頼める電気屋さんだと考えたのでしょう。いずれにせよ、地域店発の情報発信は僕たちの仕事を応援してくれることは確かです。

●先進店の取り組み

黒田 せっかくなので、今日は沼澤さんに効果的なデジタルマーケティング手法といったものをお聞きしたい。

沼澤 重要なのはブログです。僕は 15 年ほど前から始めましたが、現在は 1 日 3,000~4,000 の PV(ページビュー、ウェブのアクセス数)、



▲富山県と石川県商組で立ち上げた「でんきのつえ」

1 日平均 3 件ほどの問い合わせがある「打ち出の小づち」のようなツールです。かつては毎日のように投稿してましたが、今は1週間に1回という頻度。それでもPVは変わりません。ブログは「読まれる内容」を意識すること、継続、とにかく続けることがポイントです。

黒田 読まれる内容といっても、初心者にはハードルがものすごく高い。

SNS は販促ではなくコミュニケーションツール

沼澤 街の電気屋さんの周辺はネタの宝庫です。エアコンや洗濯機、テレビの据え付けでも、プロの視点で書くと非常に興味をもって見られます。街ネタでは、どこそこにラーメン屋ができるとか、スーパーがオープンするとか、お客様との普段の会話から出てくる情報をチェックするのです。

こういったネタをツイッターやフェイスブックに上げて、それをブログに編集するという形でアップすれば初心者でもやりやすいと思います。とりえずスマホに写真を撮っておきましょう。写真を見ながら書けるので、投稿そのものはそんなに難しいことはありません。ただし掲載はお客様の了解が必要です。

黒田 ブログ効果ってありますね。4K テレビの美しい画像に感動したお客様の話なんですが、聞き役の社員がお客様にこんなに喜んでもらえる電気屋さんの仕事はすごいって、社員の方も感動。お客様に喜んでもらうことの素晴らしさを、ブログを通じて再発見したようです。



▲今年9月で80号を数えたニュースレター「栄電気のココロ」

沼澤 どんな内容を発信するか。投稿する側ではなく、見る側の立場で内容を考えてみるのが大切です。例えば、ファストファッションの店にLINE登録したら、毎週のようにように売り出しセールやポイント還元、割引セールの案内が来ますよね。これって、はっきり言って煩わしい。見てくれる人にとって役立つ情報を発信することが、(SNSが)長続きするコツですし、お店のファンを増やすコツだと思います。

黒田 考えてみると、僕たちがやっている仕事はモノ売りではなく、コトを提案してワクワクする体験をしてもらう「コト」売り、そして、自分という人間を良く知ってもらい、お客様との信頼関係に支えられて商品を買ってもらえる「ヒト」売りなんです。そこで、お客様と僕たちを結んでいる重要なパイプというのが SNS やブログ、ホームページといったツール。

沼澤 お店が積極的に情報発信することによって、お客様は値切らなくなるしクレームも減少します。若い世代の新規客だって増える。ただ SNS って、お店の側からみれば「販促ツール」だけど、受け手側からみればあくまでコミュニケーションツール。ここを勘違いしないようにしなければいけません。

●今、注目の情報発信ツールとは

YouTube活用で新境地

黒田 どうやったらお客様に役立つ情報を発信できるのか。高齢者が大好きなテレビを活用するのも一つの方法だと思います。

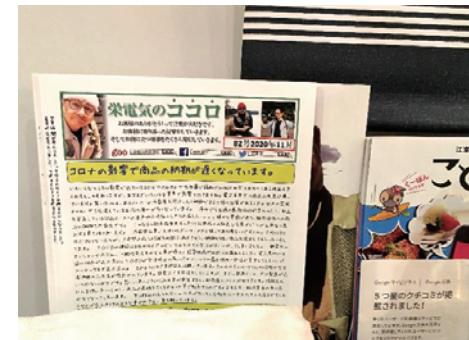


▲YouTubeで発信している「沼ちゃんの家ナカ快適家電シリーズ」

そこで、地元の放送局で放送してもらった自店が出ている番組や、自店で制作したCMを「K-DICチャンネル」としてYouTubeにまとめてアップしています。K-DICチャンネルでは、テレビやエアコンなどの操作説明や賢い使い方などを僕たちの代わりにYouTubeにやらしてもらおうと考えています。お年寄りにはナンセンスコールが多いのですが、YouTubeを使えば何度もお客様宅に足を運ばなくてもすむし、お客様の方でも僕たちに気を遣う必要がなくなります。

沼澤 テレビも面白いですね。僕はシャープの阪社さんの協力でYouTubeを利用した動画「沼ちゃんの家ナカ快適家電」をアップしています。AQUOSやヘルシオホットクック、ドラム式洗濯機などの特徴を分かりやすく伝えていきます。動画を見たというお客様や問い合わせも増えているので、YouTubeを使った販促も面白い、と感じました。

黒田 当店では補聴器や蓄電池のテレビCMを制作したんですよ。こんなに役立つ商品をメーカーさんがPRしないならウチがやろうって。トコトお客様に立場に立って、商品の良さを伝えていきます。僕たちがすぐ飛んでいけるエリアを対象とした、K-DICのネット通販を12月アタマにスタートします。お客様から注文を受けたらすぐ届け、すぐ使えるように設置する地域密着のネット通販。アマゾンやヨドバシよりも早く届けられるのがミソですね。コロナ禍で地域店の強みである「御用聞き」活動が難しくなりましたが、その代替策の一つです。



▲ニュースレターは地元の栄電気と店をつなぐ「送客効果」も

沼澤 デジタルとアナログの良さを生かした地域店ならではのネット通販ですね。こうした考えはツールだけではなく、店と店の関係でも成り立つと思います。例えば僕は地元・亀戸のラーメン屋でお昼を食べます。その模様をツイッターなどに投稿すると、ラーメン屋は当店の宣伝になると喜んでくれます。ここでは栄電気のニュースレターを置いてくれているので、新しい号が出るたびに「ニュースレターが届きました」とSNSでアナウンスしてくれる。驚くなかれ、それを見たお客様がラーメン屋にやってくる。デジタルとアナログでお互いの店を紹介し合い、お互いの「送客効果」に一役買っているのです。今日はありがとうございました。

黒田 こちらこそありがとうございました。(敬称略)

IT導入補助金の申請は お早目の準備が採択へのポイント

最大 **450万円**の補助金が活用できるチャンスです!

事前申請予約受付開始

2021年度 IT導入補助金に関するご相談 MNJ羅針盤シリーズに関するお問合せは以下へご連絡下さい

MNJお客様サポートセンター
TEL:048-553-0077