



地域量販は修理で差別化 新システム導入でDBMも

経営・販促

大分県佐伯市の地域量販店「カデンのエトウ」は昨年5月に羅針盤を導入し、家電修理・サポート事業とオール電化をコア事業に、さらなる事業拡大を図る。まず、顧客データベースを整理するとともに、自店の売り上げ、粗利益管理、手元資金などのキャッシュ・フローの正確な把握に努め、経営地盤を強固にする考えだ。



**自店修理率99%
優れた部品調達力**

オレンジ色のつなぎをまとった平均年齢30歳の若き12人の集団——。大分県佐伯市に店舗を構える「カデンのエトウ」のセールスポイントは、若さを武器にした機動力と自店修理率99%を誇る「修理サービス力」にある。

佐伯市は大分県南部の人口約5万人の中堅都市。黒潮と瀬戸内海からの潮流がぶつかりあう「豊後水道」から獲れる豊富な海産物（車エビやひらめ、鯛など）が有名だ。

同店は10年前、佐伯市内の商業施設「リバーサイドタウン」に30坪の店から100坪の店へと増床オープンした。

当時は100～150坪規模の地域量販店が1,000～1,500坪規模の大型量販店に呑み込まれ、次々と市場から姿を消していった時期。江藤健続専務は大型量販店と差別化できる自店の特徴を強く打ち出していない限り、自店の「生き残り」は難しいと考えた。その差別化ポイントのひとつが修理サービス力である。

家電の修理件数は年々漸減傾向にあるが、同店の場合は逆に増加傾向にあるという。長引く不況の影響で、家電を大切に扱おうというユーザー意識が強まる一方、家電修理事業から撤退する販売店が増えているからだ。佐伯市では唯一、「家電のドクター」を徹底してうたう同店に修



カデンのエトウ
江藤 健続 専務

所在地	大分県佐伯市
創業	昭和58年3月
年商	3億円
店舗	100坪
自店修理率	99%
従業員	12人（社長含む）
系列	混売

理サービスコールが集中しているというわけである。

同店の従業員は12人。営業部門と修理部門を分け専門性をアピールしている。修理サービス部隊は出張修理や持ち込み品の修理をこなすだけでなく、電球交換やエアコンのフィルターの掃除、デジタル家電やパソコンのサポート業務なども担当する。

技術力を標榜しているので、修理担当の従業員のほとんどが、第2種電気工事士、家電製品エンジニア、家電製品アドバイザーなどの資格を修得している。驚かされるのは冒頭にも触れた99%という高い自店修理率だ。単に優れた技術力だけで高いレベルの修理率を達成できるものではない。

「パソコンとプリンターの一部メーカーを除く全てのメーカーから修理部品を取り寄せしている」という並外れた部品調達力が高い自店修理率を支えている。

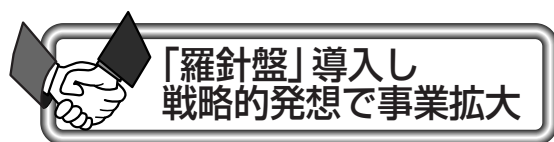
同店の設立は昭和58年8月。創業者である江藤重信氏の時代から同店の修理サービス力には定評があり、メーカーとの強い信頼関係が部品調達にも生きているのだろう。

修理サービスと並んで同店が力を注いでいるのがオール電化ビジネスだ。4年ほど前から店の看板には大きく「プロの技 修理とオール電化の専門店」というキャッチコピーを掲げた。佐伯市では他店に先駆けてオール電化を取り組み、

現在の実績では年間20台のエコキュートを販売している。

オール電化の販促活動は日常の修理サービスや納品、家電の点検サービスなどの合間を縫って行う。地元では「修理サービスのエトウ」というイメージが強いので、顧客の反応は悪くない。

店頭でもオール電化を積極的にアピールしている。「乾電池や電球、配線コードなどの小物販売からオール電化につながることも。要はこまめにオール電化の話題を顧客に振ることだ」と江藤専務は指摘する。



10年前に年商1億円だった店を3億円と大幅にアップ。修理サービスと事業とオール電化事業でさらなる事業拡大を図りたいと意気込む江藤専務。「これからの10年は戦略的発想で売り上げさらにをアップさせていきたい」という。

その戦略的発想を具体化しようと考えて昨年5月に導入したのが経営情報システムの「羅針盤」(東京都北区、メディアネットワークジャパン)。

戦略的発想とは同社の基本的な事業方針である「修理サービス事業」と「オール電化事業」をコア事業に、さらに業容を広げていこうというものの。

そのためには、まず顧客情報の共有化が不可欠だと考えた。個々の顧客の売り上げや粗利益、購入した商品の型番や購入年月日、サービス履歴のほか、家族構成や趣味などの属性情報をデータベース化することで、これらの情報を販促に生かすことができるし、顧客満足度も同時に高めることもできる。

ヤマダ電機やケーズデンキなど超大型量販店と伍して戦うには「個々の顧客の顔が見えるデータベースマーケティングがモノをいう」(江藤専務)からだ。

店全体の売り上げ、粗利益管理、手元にどのくらいの現金があるか、キャッシュ・フローなど



▲オレンジ色のつなぎは同店のトレードマーク



▲小物商品の販促はオール電化販売のきっかけに

も瞬時で分かるのが羅針盤の特徴だ。「これまではドンブリ勘定のなところも少なからずあったが、これからは店の財務状況をきちんとしておかなければダメ。特に店のキャッシュ・フローはきちんと押さえておく必要がある」。

羅針盤では月の途中の売り上げ高や粗利益などの数字も容易に出せる。しかも、現金支払い、クレジット振り替え、売り掛けなどに種分けして集計できる。

ただ、売り上げ管理だけでは、いくら儲かっているのかが分からない。一般的な家電店の仕入れ条件には、通常取引の仕入れ条件のほかに、「現金リベート」、「台数リベート」、「目標達成リベート」、「粗利補填リベート」などがあり、売り上げ額から仕入れ額を単純に引いただけでは、本当の粗利益はつかめない。

羅針盤では正確な粗利益をつかむため、上記に挙げたりべートなどを「仕入れ条件」項目に組み入れて計算し、商品1台あたりの「ネット単価」を出せるように設計されている。



▲薄型テレビの展示に力を入れている



▲羅針盤で店の経営内容を常にチェックする

仕入れ条件のデータさえそろえば月次・四半期・半期の売上高や粗利益の分析はもちろん、前月・前四半期・前半期比較による売上高、粗利益の増減額、増減率などの比較も瞬時にできる。もちろん、月途中でも一日だけの売り上げや粗利益なども出せる。

12人の従業員の評価も売り上げ、粗利益などからの数字をベースに正確に出すことができる。個々の従業員の売り上げや粗利益などを、一日あるいは1カ月単位など、任意の期間で出すことができるので、従業員のサラリーやボーナスの指標として活用していく考えだ。

取材を終え帰りのタクシーの運転手に「カデンのエトウ」について聞いてみた。

「元気で若い従業員さんが頑張っているというイメージ。修理専門店をアピールするだけあって、何でも直してくれる。私も最近、石油ファンヒーターを修理してもらった。いい電器屋さんを教えてと言われたら迷わずエトウさんを紹介している」。



▲ホームページでも修理サービス力をアピール