



# ノウハウ 最前線

羅針盤で  
粗利管理徹底

## 「試算表」で家丸ごとLEDに 粗利を見せて社員の意識も変化

千葉県いすみ市に立地する「スーパーデンキ」は、2007年2月にアトム電器チェーンに加盟し、電気工事店から家電販売店にシフト。販売ウエートを高めている。それにともない、一般の顧客数が増加。取扱品目も増えたことで「羅針盤」を導入した。現在、自作の「試算表」でLED照明の家丸ごと提案に注力し、既に100世帯以上に販売した。



スーパーデンキ  
吉田 晋平 社長

所在地 千葉県いすみ市  
年商 約1億円  
粗利率 約50%  
店舗 30坪  
顧客数 約600世帯(稼働ベース)  
従業員 6人  
系列 アトム電器チェーン



アトム加盟で顧客数が  
150世帯から600世帯に

千葉県いすみ市に立地する「スーパーデンキ」は、電気工事7割、家電販売3割というウエートで年商1億円、粗利益率50%の地域電器店である。店の周囲は水田が広がり、近くにある国道128号線沿線以外は、隣家と隣家の間が100m以上離れていることも珍しくない。

同店を経営する吉田晋平社長が、この土地で店をオープンしたのは1992年3月のこと。当初は電気工事店としてスタートした。

都会よりも地域の関係性が濃い土地で、地域に受け入れてもらうには長い年月を要した。電気工事の依頼件数も少なかったため、他県から引っ越してきたお客をターゲットに、他店購入品でも構わずに修理や設置、施工を手掛けてきた。それから口コミや紹介などによってなんと150世帯まで増やした。

現在の顧客数600世帯まで増えたのは、2007年2月に加盟したアトム電器チェーンによるところが大きい。

06年度は電気工事のみで年商6,000万円だったが、アトムへの加盟で家電販売が加わったことにより、07年度に年商8,000万円と2,000万円の増収効果を生んだ。顧客数は150世帯から600世帯に拡大した。2011年度は、念願の年商1億円の大台に乗せて売り上げを順調に伸ばしている。



「LED照明導入の試算表」で  
電気代の差額を具体的に表示

現在、吉田社長が注力しているのがLED照明の販売だ。LED照明は節電や省エネで需要が急拡大しており、その追い風に乗るためにも精力的に取り組んでいる。LED照明の提案では独自のちょっと面白いツールを使っている。それが「LED照明導入の試算表」である(写真参照)。

まずはお客宅を訪問した際、省エネの話題を振りながらLEDの話題にもっていく。「LED照明に変えるだけで、1年間の電気代が1/3になります。軽くシミュレーションしてみませんか」といった具合に、LED照明に対して興味を抱かせる。

そして、「LED照明導入の試算表」を取り出す。試算表は従来照明(お客宅の照明)の「タイプ」、「灯数」、「セット」に加え、「点灯時間」と「点灯日数」が空白になっており、この空白をお客に埋めてもらう仕組みになっている。

これに電気料金の単価を掛けて年間の電気代を算出するのである。特に「点灯時間」と「点灯日数」は、外灯や室内灯など使用シーンによって大きく数値が変わるので、気をつけてヒアリングしているという。

次に、LED照明を導入した場合の試算を、上記と同様の条件に従い記入し、年間電気代を試算する。こうすることで、現在のお客宅の照明に掛かっている電気代とLED照明導入による電気代の差額をその場で提示できる。

具体的に試算結果を見てみると、お客の従来照明の年間の電気代は10万8,624円だったのに対して、直管型タイプのLED照明にすることで年間の電気代は2万6,784円になる。差額は実に8万1,840円である。この数字に、お客は皆驚くという。

「LED照明は省エネであると誰もが漠然とは理解しているが、具体的にメリットを「見える化」させることで、お客の関心をグッと引き寄せることができる」と吉田社長は試算表の効果を説明

直管型LEDタイプLEDランプ 試算表									
従来照明	LED	安定器	灯数	セット	時間	日数	電気単価 kW/h	年間電気代	差額
従来照明(低力率)		37	36	2	10	10	310	24	108,624
従来照明(高力率)								24	0
LED		18	0	2	10	10	310	24	26,784
LED								24	-81,840
LED								24	26,784

  

お客様の試算表									
従来照明	LED	安定器	灯数	セット	時間	日数	電気単価 kW/h	年間電気代	差額
従来照明(低力率)								24	
従来照明(高力率)								24	
LED								24	

  

	定価	販売価格
20号	¥5,200	¥4,600
40号	¥7,800	¥6,500
110号	¥38,000	¥16,000

▲「LED照明導入の試算表」。試算はお客宅で行うことや一旦持ち帰って試算する場合もある

する。

また、試算表の最下部には、LED照明の単価を明るさごとに「松・竹・梅」で掲載。設置コストも含めたインシヤルコストを知らせることで、お客に安心感を与える。

とはいえ、試算だけして他店やホームセンターで購入されては水の泡。安価なLED照明の購入にお客が走らないための工夫もある。

試算が済んだお客に、まずはサービスでサンプル品を1セット貸し出すのである。そして2、3日、LED照明を体験してもらった後にこう説明する。

「ドラッグストアやホームセンターでもLEDは購入できますが、高い商品は明るさや光の広がり方がまるで違います。体験していただいたような今までと変わらない明るさが希望なら、当店のLEDをおすすめします」。

こうして同店は、LED照明を1灯売るだけではなく、「お客宅の1軒まるごとLED取り替え」まで発展させている。その件数は累計で100世帯を超えたという。

仮に1灯5,000円前後のLED照明を約10灯販売したとすると、5万円の売り上げになる。100世帯だと500万円にも上る。「LED照明のお客の関心は高い。1度付けると10年程度は需要がないので、提案はまさに早い者勝ちだ」と吉田社長は語る。



粗利重視の管理で  
従業員の意識も変化

このようにスーパーデンキは、アトム加盟によって家電販売のウエートが高まるとともに、顧客

売上年月日	伝票番号	伝票	取扱部門	取扱店	顧客番号	顧客名	売上高	消費税	税込金額	ポイント	税控除	担当者	粗利金額	粗利率	
H24/06/02	1858	売上	スーパー	2893			7,500	375	7,875	0	0	石川安一	4,700	62.7	
H24/06/04	1859	売上	スーパー	1350			2,857	143	3,000	0	0	水野 淳	2,857	100	
H24/06/04	1856	売上	スーパー	2124			7,619	381	8,000	0	0	吉田 晋平	5,019	65.9	
H24/06/04	1861	売上	スーパー	4833			31,381	1,569	32,950	0	0	水野 淳	8,948	28.5	
H24/06/05	1860	売上	スーパー	76			179,048	8,952	188,000	0	0	吉田 晋平	12,998	7.3	
H24/06/05	1863	売上	スーパー	359			23,809	1,191	25,000	0	0	水野 淳	8,610	36.2	
H24/06/05	1864	売上	スーパー	4556			23,810	1,190	25,000	0	0	吉田 晋平	23,810	100	
H24/06/06	1867	売上	スーパー	301			1,562,400	78,120	1,640,520	0	0	畑 誠一	574,683	36.8	
H24/06/06	1868	売上	スーパー	4556			0	0	0	0	0	吉田 晋平	0	0	
H24/06/08	1870	売上	スーパー	2796			40,952	2,048	43,000	0	0	吉田 晋平	40,952	100	
H24/06/08	1871	売上	スーパー	4799			11,524	476	12,000	0	0	水野 淳	10,629	92.2	
H24/06/08	1869	売上	スーパー	6618			6,667	333	7,000	0	0	水野 淳	6,667	100	
H24/06/09	1872	売上	スーパー	359			3,810	190	4,000	0	0	水野 淳	1,554	40.8	
							売上合計	消費税込合計	税込売上高	ポイント計売上高	税控除合計	粗利率			
							1,901,377	94,968	1,996,345	0	0	701.42	36.9		

◀ 羅針盤の売上伝票などには粗利額と粗利率が表示される



▲ 羅針盤への入力は毎日行い「粗利益」を把握する



▲ 家電部門はショップレスのため店舗は事務所として機能している

数も増加、取扱品目も増えた。そこで、2010年2月に吉田社長は、それまで使っていたエクセルソフトから、専用の顧客管理ソフトを導入した。

それがメディアネットワークジャパン(東京都北区・03-3906-3561)の経営情報販売管理システム「羅針盤総合管理Pro」である。羅針盤は、さまざまな角度から顧客情報を管理し、データベースマーケティングを可能にする地域電器店経営に最適なソフトである。

中でも吉田社長が評価しているのが「粗利益」の管理だ。羅針盤は、売上集計などで取引する型番や伝票ごとに粗利益率と粗利益額を自動で表示させることができる。商品台帳データに売価や仕入れNET単価を入力すれば、取引伝票などの画面にある各項目に、粗利益額や粗利益率が表示されるのだ。

また、商品台帳データに売価が設定されていなくても、伝票の入力画面に手入力で自分が確保したい目標粗利率を打ち込めば、売価を逆に算出することもできる。

例えば、商品を仕入れて計上する有形の「ハード」商品とは違い、運送費や出張費、修理費と

いったソフトサービス類は売価設定や粗利管理が難しい。これらが無形の「ソフト」商品として商品台帳に登録することで、粗利益の把握が簡単に行える。つまり、ハードであれソフトであれ粗利が見えるのだ。

「電気工事店だった頃は、店が確保する粗利益率はだいたい50~60%くらいだろうと大雑把だった。しかし家電商品を取り扱うようになってから、ソフトサービスの粗利管理が難しくなりました。羅針盤は、ハードやソフトに関係なく売り上げに対して常に粗利益が表示されるので心強い」と吉田社長は説明する。

粗利益が見えるようになり、従業員の意識にも変化が表れた。それまで、お客に言われるがまま値引きに応じていたのが、粗利益が見えるようになって、例えば「LED導入は工事費用も含めて最低粗利益率35%を確保する」という意識に変わった。個々の従業員が目標と計画を明確に定めるようになったという。

薄型テレビなどの販売不振にあえぐ地域店経営では、なおさら粗利管理の徹底が急務である。羅針盤はそんな課題を克服できるツールなのだ。