



店頭で屋根と太陽光展示 「現調すれば8割決まる」

青森県十和田市に店を構える「大竹電化センター」は、シャープ系列をベースにした混売スタイルの地域店である。3年前から取り組んでいる太陽光発電の累計販売件数は約30セットを突破した。店頭で太陽光発電の実機を屋根と一緒に設置。お客にインパクトを与えて最初のきっかけにした。また「羅針盤」も太陽光販売の下支えに活用している。



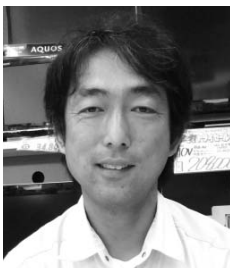
商談へのきっかけに
店頭で屋根ごと展示

青森県十和田市に立地する「大竹電化センター」は、シャープ系列をベースとした混売スタイルをとる地域電器店だ。年商は1億円、粗利率は40%と高い。創業は1967年。二世経営者の大竹昇店長を含めた従業員6人体制で日々地域の700世帯をフォローしている。

現在、大竹電化センターが販売に注力しているのが太陽光発電システムだ。取り組み始めたのは約3年前。これまでの累計販売件数は30セットを超え、自社施工で粗利率も40%まで高めている。年間で約10セットを成約していることになり、地域店としては安定した販売実績だ。同店は、どのようにして太陽光発電を訴求しているのか。

太陽光に取り組み始めた当初は、稼働客700世帯の中から、南向きの屋根のお客宅をピックアップ。その世帯に向けてポスティングをして、まずは自店で太陽光発電を取り扱っていることをアナウンスした。しかし、もっと簡単にお客に知ってもらう方法はないかと模索した大竹店長は、店頭で実際の屋根材を組み、その上に太陽光パネルを設置した(写真①)。

お客にとって屋根に載っている太陽光パネルを間近で見る機会はそう多くない。お客の関心を引くのに、インパクトは十分だ。来店したお客は皆注目するのでこちらから太陽光の話題を振



大竹電化センター
大竹 昇 店長

所在地	青森県十和田市
年商	1億円
粗利率	40%
店舗	20坪
顧客数	700世帯(稼働ベース)
従業員	6人
系列	混売



▲屋根を組み太陽光パネルを設置して展示。実際の工事の様子は右下の写真で紹介している

りやすい。

そして太陽光に関心を持ったお客に対しては、光熱費メリットや補助金制度、実際の工事行程などの説明に入る。説明の中でも力を入れているのが、写真入りの資料で工事のポイントを伝えていることだ(写真②)。

資料では、「太陽光発電の邪魔にならないようにテレビアンテナを移動」や「ソーラーwebモニタリング用にLANケーブルを接続」、「自立コンセントで停電時も安心」など、パネル設置に付随する工事までしっかりと説明している。

これらを丁寧に説明することで自店が手掛ける工事品質をPRしながら、なおかつ太陽光パネルを載せるだけだと思っているお客の誤解を解く。工事価格の値下げを防いでいるのだ。

「うちのお客の大半は訪販業者などから太陽光の説明を一度は受けている。そのためある程度設置工事の品質を中心に紹介すれば、おのずと差別化につながる。相見積りでの値下げ合戦にも巻き込まれない」と大竹店長は語る。

そうしたひと通りの説明が終わったところで、「…そうは言っても、お客さま宅に太陽光パネルが載るかどうかは分かりません。一度調べてみ



▲こだわりの自社施工は事例として写真でお客に説明。写真は配線の隠蔽工事などの模様を伝えている

ましょう」と踏み込み、現地調査へと商談をステップアップしていく。

太陽光を販売する上で、なかなか現地調査まで話を進められない販売店も少なくない。しかし同店は、「実機をお客に見せる」、「太陽光の説明を(工事を中心に)する」、「現地調査」と段階的に進めることで成約率を高めている。「お客に分かりやすいストーリーを組むことで、納得してもらいながらスムーズに現地調査まで持っていくことができる。現地調査まで進めば、約8割のお客は成約してくれる」と大竹店長は説明する。

さらに、店頭の実機だけではイメージがわきにくいというお客に対しては、店から50mほど離れたところにある大竹店長の自宅に案内する。そこには、あえてパネル数を減らして設置した太陽光発電システムが載っている。

「うちにはこれくらいしか載せられず発電量もこの程度ですが、お客さまの家であればおそらくこの『2倍』程度は載せられますよ」と話す。こう言われるとお客は嬉しくなるといふ。「4kW載ります」と説明するよりも具体的に訴求効果が高いからだ。「思っていたよりわが家はお得だった」と演出することも大事だと大竹店長は説明する。



一方で、店舗経営において顧客管理ソフトの重要性を意識していた大竹店長は、2008年6月に新たな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ProPOS」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特化したソフトである。

それまで使用していた管理ソフトでは、顧客の商品保有履歴を入力できなかつたり、その保有データを基に絞り込み検索ができないなど店舗経営に必要な機能を備えていなかった。羅針盤はこれらの機能を十分に備えていたことも選択理由のひとつだった。

羅針盤で大竹店長が目にしたのが、店で扱う商品を「単品管理」できることだ。単品管理とは、取扱商品に「管理番号(任意の番号)」、「製造番号」、「羅針盤独自の登録番号」などでひも付けし、商品を一品単位で管理すること。同店では、この機能を活用して、同じ型番の商品でも仕入れ値別にそれぞれ管理している。

例えば、同じ型番の薄型テレビを2台仕入れたとする。後から仕入れた商品の方が粗利率が

◀太陽光設置までの流れを図解で紹介。ラミネート処理して商談テーブルに常時置いている



▶店頭では施工事例を掲載。軒数を充実させてお客に自宅に合った事例を選んでもらう



◀羅針盤への入力には日々欠かせない業務のひとつ

高く、先に販売したい場合、「後入れ・先出し」を選択すれば、粗利益の高い商品から優先して売上計上できる。粗利単価の異なる商品を一品ずつ管理することは、店の粗利益を高めることにもつながる。同店では、太陽光やエアコンなど工事の伴う商品を特に重視することで、工事価格の設定を調整し粗利益を確保している。

また同店は、羅針盤ProPOSならではの使い方を実践しようと調整中だ。それは、見積書や請求書などの作成に、バーコードを読み取ることであらかじめテンプレート登録した太陽光やリフォーム、オール電化などの工事項目(部材、配線工事など)を瞬時に読み出して反映することだ。

例えば、太陽光発電の見積書を発行したい場合、バーコード情報を売り上げ伝票に反映させれば、瞬時にパネル枚数や工事内容が記載された項目が表示される。残りの細かい数字を手打ちするだけで見積書が完成。その日のうちにお客に提出できる。提案のスピードが高められるのも、大竹店長が満足している羅針盤の魅力のひとつである。