



ノウハウ 最前線

「羅針盤」の
効果的な使い方

ミドリ加盟で顧客数が倍増 商品管理の増加は羅針盤で

京都府相楽郡に立地する「いしづ電気」は2011年12月からミドリ・ファミリーショップに加盟した。「お困りごとチラシ」をまいて家電販売につなげたり、パソコンの消耗品などの小物商品を充実させるなどで、どん底だった経営を立て直した。さらに顧客情報の管理を詳しく把握するために導入した「羅針盤」も経営の下支えになっている。

京都府相楽郡に店を構える「いしづ電気」。森島康之社長と、その息子の正哲さん、従業員の3人体制の地域店だ。同店は2011年12月9日にメーカー系列店からミドリ・ファミリーショップ(以下、MFS)に加盟し、リニューアルオープンした。家電量販店であるエディオングループのFCに加盟した理由を、森島社長はこう語る。

「2011年7月の地デジパブル崩壊以降、家電製品が売れずに店の売り上げはどん底の2,500万円まで落ち込んだ。1メーカーだけの経営ではお客に満足に商品提案することも適わない。そこで販売機会を拡大するためミドリのFCに加盟する決断をした」。

ミドリの加盟によって、お客に全メーカーの家電商品が勧められるようになり、販売機会の取りこぼしが減った。さらに、ミドリ電化の量販店価格でも訴求できるようになったことも大きかったという。もちろん、すべての商品を量販店価格で販売すると粗利の確保が難しくなるが、粗利率の高い商品を上手にピックアップすれば、高い粗利益も確保できる。

ミドリ加盟前の同店の年商は2,500万円、粗利率は20%とどん底だった。しかし、加盟して1年で年商4,000万円(前年比160%)、粗利率35%まで高めた。400世帯まで減少していた同店の顧客も、800世帯まで倍増することができた。

しかし、ミドリのFCに加盟したからといって単純に年商が高まるわけではない。加盟してから1年間にわたり実践した地道な活動が成果に



いしづ電気
森島 康之 社長

所在地	京都府相楽郡
年商	4,000万円
粗利率	35%
店舗	5.5坪
顧客数	800世帯
従業員	3人
系列	ミドリ



▲リニューアルオープンを伝えるチラシ



▲いしづ電気の「お困りごとチラシ」

結びついている。森島社長が最初に行ったのが、ポスティングだ。



リニューアルオープンをアナウンスするため、チラシを商圈である周囲3kmに住む3,000世帯に向けて毎月まいた(写真①)。家電量販店まで買い物に行けない高齢客に向けてのアピールや新規客、ご無沙汰客の掘り起こしが狙いだ。

同封したのは、ミドリの特価チラシのほか、家のさまざまなトラブルを解決する自作の「お困りごとチラシ」(写真②)である。

このチラシは、「エアコンの調子が悪い」、「照明器具を取り替えたい」など、日常生活でのお困りごとを細かく記載しているものだ。家のイラストと一緒に、それらの箇所を細かく掲載して、メニューの豊富さもアピールした。

中でも、「コンセントを増やしたい」というコールや、配線の隠ぺい工事の問い合わせが、新規で毎月10件ほど舞い込むようになったという。「ミドリ電化の店」というブランドの知名度と安心感で、心理的な敷居が低くなり、お客側が問い合わせをしやすくなった側面もあるだろう。

もちろん、ただ電気工事をしにお客宅へ出向

くだけではない。訪問した際は必ず家の中をチェックし、「そろそろ電球が切れそうですね」と伝えてLED照明を勧めたり、「ひとつだけ修繕するのではなく、お風呂場全体をリフォームしませんか」などと伝えて、エコキュートを含むリフォーム工事の提案も忘れず行った。このような地道な活動の積み重ねがLED照明やオール電化、エアコンなどの販売につながり、売り上げを前年比160%まで高めた。最近では、住設商材と絡めたリフォーム工事の案件も出てきたという。

また、増客に一番大きく貢献している店舗のリニューアルでは、インクジェットやプリンター用紙などのパソコンサプライ品、電球、電池といった小物の消耗品をなるべく多く陳列して店頭販売にも力を入れた(P62の写真③)。

同店が立地する相楽郡という土地柄、お客はこれまで、家電消耗品を買うために5km以上離れた量販店まで行く必要があった。いしづ電気にそれらの消耗品があれば、おのずと付近のお客は来店してくれるようになる。

そのため、消耗品の在庫は常に切らさないようにある程度ストックし、要望があれば商品を持って訪問するサービスも展開している。その甲斐もあって、店には毎月130人ほどのお客が訪れる。同店で管理している800世帯で割ると毎月、約16%のお客が利用していることになる。加盟



▲小物類を充実させ、来店率を高めた

から1年。家電不況のどん底から、なんとか一筋の光が見えてきた。



一方で同店は加盟してさまざまなメーカーの商品を取り扱えるようになった結果、管理すべき商品アイテム数も増加した。そのため、店の財務状況の把握が難しくなってきた。それまで使用していた系列メーカーの情報ソフトが、FC加盟によって使えなくなってしまったことも大きい。

そこで森島社長は、新たに顧客情報を詳細に管理できるソフトの導入を12年1月に決意した。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「羅針盤売上管理Pro」だ。羅針盤はあらゆる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、電器店経営に特化したソフトである。

「以前は、例えばお客様の保有履歴から適切な商品提案を行うには、紙台帳と自分の記憶を頼りに行っていたが、羅針盤を活用すればスピーディーに検索できると知り、実践したいと思った」と森島社長は導入に踏み切った理由を語る。

現に、上記の「お困りごとチラシ」で反応があったお客様宅の情報を登録し、次の訪問時の参考にして買い替え提案につなげている。

羅針盤を導入して約1年。森島社長が羅針盤の機能の中で特に活用しているのが、見積書や請求書などを作成する項目だ。

4 お客様コードNo. 00000988-0714-98-0525 請求書 No.1

京都府相模原市

H24/10/20

毎度ありがとうございます。下記の通り請求申し上げます。

ご請求発生期間：H24/10/09 ~ H24/10/09

特記事項：
ご請求内容詳細は以下の通りでございます。(クレジット振替宛先は、ご請求書には含まれておりません)

年月日/品名	品名/明細	数量	数量単位	単価	金額	税
H24/10/09	156 下井点線間増設電気工事					
H24/10/09	156 動力配線	2	13,000		27,000	5%
	156 ソフトケーブル敷設				(1,000)	5%
H24/10/09	156 動力配線	1	13,000		13,000	5%
	156 急造凍結機				(6,000)	5%
H24/10/09	156 動力配線	1	13,000		13,000	5%
	156 冷凍ショーケース				(6,000)	5%
H24/10/09	156 電気工事	1	3,000		3,150	5%
	156 アース工事				(150)	5%
H24/10/09	156 電気工事	1	20,000		21,000	5%
	156 TOSHIBA 200V				(1,000)	5%
H24/10/09	156 電気工事	1	5,000		5,250	5%
	156 配線ケーブル				(280)	5%
H24/10/09	156 電気工事	6	2,000		12,000	5%
	156 タウンライト				(600)	5%
H24/10/09	156 配線器具	1	4,000		4,200	5%
	156 TOSHIBAグレーカー				(200)	5%
H24/10/09	156 電気工事	1	18,000		18,900	5%
	156 照明申請				(900)	5%
H24/10/09	156 配線器具	4	250		1,000	5%
	156 ニーレン				(50)	5%
H24/10/09	156 経路費	1	5,000		5,250	5%
	156				(250)	5%

備考：
お振込の場合は、下記の金融機関へお願いいたします。

振込銀行	支店	口座種別	口座番号	口座名義
三菱UFJ銀行	相模原支店	普通	1172-0000000000000000	株式会社 森島電気

▲羅針盤で請求書も素早く作成できる

羅針盤は、顧客マスターと呼ばれる顧客台帳を開けば納品書や見積書、領収書などの伝票をいつでも簡単に作成できる。

さらに、電気工事の見積書や請求書を作成する際、あらかじめ工事内容(部材、配線工事など)をテンプレートに登録できる。よく使う項目を登録しておけば、瞬時に呼び出して作成時間の短縮につなげられる。

例えば、店舗の「厨房増設工事」の見積書を発行したい場合(写真④)、「動力配線」や「配線工事」をテンプレート情報に反映させれば、瞬時に工事内容が記載された項目が表示される。あとは料金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まるのも、羅針盤の特徴のひとつである。

商談後、森島社長はその日のうちに見積書を発行してお客様宅に訪問する。見積書を即日提出することで対応の早さもすっかりアピールできるのである。

いしづ電気の盛り返しはまだ始まったばかり。ミドリ・ファミリーショップへの加盟と羅針盤の導入で、過酷な家電不況も乗り切っていけるだろう。