

# 「羅針盤」で経営力アップ！

## システム導入事例

### 世帯別管理からきめ細かな個別管理へ ソリューション事業支える羅針盤機能

～アワーズ道徳(名古屋市南区)～

家電の物販よりもお客のお困りごとに対応するソリューション事業を強化している名古屋市南区に店舗を構えるアワーズ道徳。物販対ソリューション売上げの比率は3対7。同店のソリューション事業を支える大きな要素が二代目の鈴木敦司さんのビジネス関連の資格取得と、きめ細かな羅針盤の個別管理である。



アワーズ道徳の店舗外観



アワーズ道徳  
鈴木敦司さん

創業 1989年10月  
所在地 名古屋市南区  
年商 6,000～7,000万円(推定)  
粗利益 35%前後(推定)  
顧客数 約500世帯  
従業員 4名(パート・アルバイト2人含む)  
仕入れ先 混売



店舗に掲示したソリューション業務の案内

### ソリューション関連の資格を習得 地域店のビジネスフィールド広げる

「ハナから家電販売で儲けようなんて思っていません」。アワーズ道徳の二代目、鈴木敦司さんは開口一番、自店の経営方針をサラリと言っている。家電販売を切り口にAVや情報家電であれば機器の接続・設定や設置、白物であれば修理や工事、それらに伴うソリューション業務を収益の柱に位置付けているからだ。

詳しくは語らないが年商は6,000万円～7,000万円。粗利益は30～35%前後と推測される。父の敏明社長との親子二代で店を切り盛りする典型店な地域店だが、収益性は一般的な地域店の平均を大きく上回る。

同店のソリューション事業を支える大きな要素は、敦司さんが保有している地域店の業務関連の資格である。

ざっと挙げてみても、①「給水装置工事主任技術者」、②「第二種電気工事士」、③「ガス可とう



ジャストストップ工法のチラシ

管接続工事監督者」、④「家電製品総合アドバイザー(AV情報家電、生活家電)」、⑤「日本ガス協会 簡易内管施工士」、⑥「ガス消費機器設置工事監督者」、⑦「BUFFALO S.A.」などがある。

まさに、取りも取ったりという資格の数々である。もちろん、お客のお困りごと対応のソリューションビジネスにつなげられなければ意味がない。

敦司さんは家電関連の資格だけでなく、ガス、水回り、パソコン、リフォームなど幅広い分野で資格を習得。中でも、ガス関連資格を3つも保有しているところがミソだ。

「ガス関連の資格を習得すると、地域店のビジネスチャンスが一気に広がる」と敦司さん。ガスコンロやガス給湯器の点検・修理・メンテナンスなどで家電では難しかった顧客を容易に開拓できるという。

中でも⑤の「簡易内管施工士」は地域店の業務フィールドを広げる値打ちのある資格だ。この資格はガス機器の移設工事に伴う、ガス栓の位置の取り替えや増設工事の際の必須資格。「ガス屋さんと同じような仕事ができる」ところが大きなポイントである。

資格ではないが大型テレビの壁掛けでは、大掛かりな工事を必要とせず実現できる「ジャストストップ工法」という技術も習得した。同工法を開発したのは神奈川県川崎市のアースクリーン。「壁面補強工法」の一種で、2時間程度で施工が完了するという新しいテレビ壁掛けシステムだ。

| 分野   | 資格   | ソリューション事業                                |
|------|--|--|
| 電気   | 第二種電気工事士<br>家電製品総合アドバイザー<br>(AV情報家電、生活家電)        | 容量変更・コンセント増設工事<br>リフォーム                  |
| ガス   | 日本ガス協会 簡易内管施工士<br>ガス消費機器設置工事監督者<br>ガス可とう管接続工事監督者 | ガス栓増設・位置取り替え・ガス<br>機器の修理・メンテナンス<br>リフォーム |
| 水回り  | 給水装置工事主任技術者                                      | 水栓増設・水栓取替え・水栓工<br>事・水道工取リフォーム            |
| パソコン | BUFFALO S.A.                                     | 家庭内LAN構築<br>パソコンスタイル                     |

五輪イヤーで盛り上がり期待された4Kテレビ需要も尻切れトンボ。逆に、テレビ市場のデフレ状況は加速し、大手家電メーカーの春モデルは発売後数カ月で30%～40%値を下げたといわれる。

「黒物の粗利はせいぜい15%程度。付加価値を高めるにはソリューション事業を強化し売上げ、粗利ともに増やしていくことが重要。大型テレビの販売では壁掛けの提案で高額な粗利を獲得できる」(敦司さん)。実際、地元ソニーショップの展示用テレビの壁掛けにも使われた独創的な工法だ。

ボリュームゾーンである43型～52型の施工金額は、コンクリートの壁が4万5,000円、補強工事が必要な壁(石膏ボード)は7万7,000円となっている。

### 物販対ソリューション比率は 3対7と絶妙なバランスを実現

同店のソリューション事業は歴史がある。例えばリフォーム事業。2011年7月の地デジバブル崩壊以降に取り組み始めたという地域店が大半だが、アワーズ道徳では1989年10月の創業以来から取り組んでいたというから驚く。

リフォーム案件は簡易工事を含めると月平均4、5件の受注がある。現状の家電の物販とソリューション事業の売上げ比率は3対7。仮に年商が7,000万円とすると、物販は2,100万円、





トイレリフォームコーナー



リフォームはサンヨーホームズの代理店に

ソリューション事業は4,900万円ということになる。

仮に物販粗利率を20%、ソリューション粗利率を30%に設定した場合、物販の粗利益額は420万円、ソリューション事業1,470万円でトータル1,890万円。安定した経営内容である。

ちなみに、コスモスベリーズでは物販粗利額とソリューション粗利額の比率を5対5となる形を提案している。店の総粗利額の半分をお客の困りごと相談などから発生するソリューションで稼ごうという考えだ。その考えに照らせば、同店はソリューション事業のロールモデル(模範)といえるかもしれない。

もう一つ、同店のソリューション事業を支える大きな要素となっているのは電器店向けの経営情報システムだ。メディアネットワークジャパン(東京都北区、03-3906-3561)が開発した経営情報販売管理システムを導入したのが08年4月。羅針盤総合管理Proサーバークライアントタイプ3台を導入した。

羅針盤を導入する前は、家電製品の保有情報が顧客別に把握できる、エクセルをベースとした同店独自の顧客管理ソフトを開発し活用していた。

ただ、Windowsがバージョンアップするにつれ使いづらくなった。そこで、購入したのが「弥生販売」と「弥生会計」。ただ、いずれも売上管理や在庫管理など一般的な小売店に必要な機能は揃っているが、電器店の痒いところには手が届かないソフトだったので、敦司さんの不満は募った。

電器店には販売業務だけでなく、機器の据え

付けや修理・メンテナンスサービスなど、さまざまな業務がある。加えて、同店が注力している暮らしのお困りごとに対応するソリューションやリフォーム業務などをスムーズに管理できるソフトが必要だった。

「羅針盤」を知ったのは家電業界の専門誌。早速、開発メーカーのメディアネットワークジャパン(東京都北区・03-3906-3561)に電話を入れる。担当者の説明を聞きながら「電器店の業務に精通したソフト」であると敦司さんは確信する。

### 売り上げ増のカギは顧客管理 世帯別から個別管理へとシフト

羅針盤を導入した08年当時、同店はパナソニックコンシューママーケティング(PCMC)の営業マンに、三洋系列からパナソニックショップへの鞍替えを懸命に勧められた時期でもあった。

08年といえば、パナソニックがSPS(スーパープロショップ、当時)政策に力を注ぎ、他系列の攻略も含め系列店網の拡大に尽力していた頃だ。

父の鈴木敏明社長も敦司さんも首を縦に振らなかった。「(メーカーを問わず)ユーザーが欲しいと思う商品を仕入れて、家電量販店並みの安い価格でお届けするのが私どもの役割。特定メーカーに偏るのは、お客様にとっても良いことではないと考えた」(敦司さん)。

さらに続けて、「安い仕入れ先がたくさんあるのに、わざわざ(仕入れ値の高い)パナソニックの系列に鞍替えする必要はない」とも話す。現在の仕



顧客マスターの「フォルダ」と「拡張」機能

入れ先は地元の住設、建材ルート、ネット通販業者に加え、コスモスベリーズとも取引するなど、多岐にわたっている。

羅針盤を導入して大きく変わったのは、従来の「世帯別」管理から顧客によっては「個別管理」に切り換えた点である。敦司さんはこう説明する。

「顧客管理も世帯別オンリーだと無理が生じるケースが増えています。世帯を構成しているお父さんやお母さん、息子、娘さんのニーズは違いますし、当然購入商品も違うからです」。

個別管理のメリットは言うまでもなく、顧客一人一人のニーズに対応し、その人の個性やライフスタイルに応じたきめ細かなワン・トゥ・ワンマーケティングを実践できる点にある。

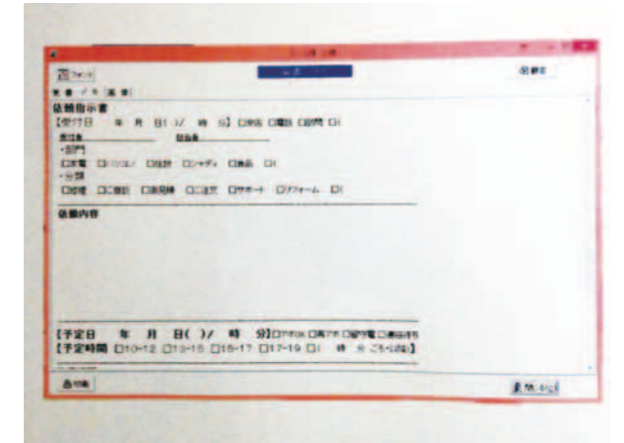
結果的にはイベントや売り出しセールなどでのDMや販促活動での精度が高まり、不必要なDMの見直しを図ることもできた。

「夫婦でも購入商品やサービスが違う場合が多々あります。例えば、奥さんが当店のPCスクールの会員でも、ご主人は会員ではないケース。PCスクールの案内を世帯主であるご主人にお送りしてもムダ。息子さんがパソコンを購入してくれた場合でも同様です」。

個別管理にすることで、安く仕入れ安く販売するといった同店の経営方針をしっかりと説明できるようになり、価格にシビアな若い世代の需要も取り込むことができるようになったケースもある。

また、個別管理を行うことで、機会ロスを防げるようになったのも大きなメリットだと話す。

個別管理も行うようになって顧客登録数は世



覚え書き/メモ

帯ベースでは500だが、個人ベースでは1,500に増えたという。

羅針盤効果は他にもある。顧客マスター画面に出てくる「フォルダ」と「拡張」機能(写真参照)の同店ならではの使い方だ。

家電の修理コールでは、できるだけ自店修理で対応するというのがアワーズ道德のモットー。その修理サービスを支えているのが「フォルダ」機能だ。

顧客別にテレビやエアコン、洗濯機などの設置写真や修理後の写真をフォルダ内に保管。顧客からの修理コールがあれば、即座に写真をチェックして部品の手配など修理サービスに備えることができる。

一方、「拡張」機能に入っているのが「覚書/メモ」である。これは電話での修理や商談、見積り、注文などに対応するメモ機能である。

「お客からの商談や修理依頼などのメモはスピーディーに対応する必要があります。そういった意味ではデジタル入力より手書きアナログ入力の方が、対応が早く正確。お客様の電話注文やサービス依頼があった場合、顧客マスターの拡張ボタンを押せば依頼指示書がプリントアウトされる仕組みを作りました。メモの内容を統一したおかげで、注文や修理依頼などの伝達ミスはなくなりました」。

アワーズ道德の収益の柱であるソリューション事業。羅針盤の世帯別から個別管理をさらに徹底することで、従来よりもいっそうきめ細かな営業活動が実践できそうだ。