

「総合管理Pro」で経営力アップ!

IT導入補助金活用・システム導入事例

ソリューションと MNJ 羅針盤「総合管理Pro」
活用で「守り」から「攻め」の経営へ!

～ サン・オーツ (東京都国分寺市、大津弘伸社長) ～

規模メリットを生かした大量仕入れ、大量販売という大型家電量販店のビジネスモデルが崩れ、地域密着型の家電専門店が見直されている。一方で、後継者問題や経営不振などで地域の家電専門店の廃業も歯止めが掛かっていない。そうした中で、2年前の2018年5月に3店舗目をオープンしたのが、東京都国分寺市に本店を構えるサン・オーツ(大津弘伸社長)である。廃業は頻繁でも開業は珍しい地域店で、同店は多摩地区を中心とした「100店舗構想」を打ち出している。家電のハード販売ではなくソリューションでドミナント展開を目指すという新しい地域店戦略だ。同店の具体的な店舗戦略を探ってみよう。

大型店から「小型店」の時代へ

家電店数のピークは1982年の7万1,283店。2020年にはピーク時の2割程度、地域店は1万4,000店に減少するといわれている。サン・オーツは1983年10月、東京都小平市御幸町で創業した。今年で37年目を迎える。

家電業界の成熟期から飽和期、そして現在の衰退期を経験してきた大津社長だが、これからの家電市場は店舗の機動力を生かせる「小型店」の時代になると指摘する。超高齢社会の到来で、食料品や日用品に限らず、家電製品もまた近隣での買い物志向が強まる。生活者の高齢化によって、モビリティ(移動性)が大きく低下するからだ。

一方で、家電店の店舗数も減少し、生活者のニーズに対し供給不足が生じることも予想されている。後継者問題などで地域店の減少が止まらぬ現状ではなおさらだ。

残存者利益という言葉がある。競争相手が市場から撤退した後、生き残った事業者が市場をカバーすることで得られる利益のこと。この利益は飽和市場や衰退市場で発生しやすく、生き残った事業者は独占あるいは寡占により大きな利益を獲得できるようになる。



■サン・オーツあかしあ店(東京都小平市)の店舗外観



■サン・オーツ(大津弘伸社長)

これまで大型店に顧客が流れていた地域店にとっては大きなチャンスになる。逆に大型店はピンチに陥る。

衰退期に入っている家電市場では地域店が有利と大津社長は説く。それを裏付けたのは、2018年5月にオープンした都内東村山市の「青葉町店」の成功だ。

まず、取り組んだのは市場調査である。多摩地区で65歳以上のシニア、新聞購読者、一戸建てに住む高所得者が集積しているエリアを洗い出し出店した。売り場面積は7坪程度、シャッター街の出店だ。物販よりもソリューションにウエートを置いていたので、売り場の規模よりも立地条件を優先したという。

新店のPRでは徹底した新聞折り込みのチラシ作戦を展開した。2カ月に1度、お客様の手に渡るように、地元の新聞販売店に依頼。チラシのタイトルは「すぐ来て電気の110番メニュー」である。

具体的な内容は「電球の交換」「照明の取付・移動」「テレビや洗濯機、冷蔵庫などの移動・設置」「コンセントの増設」「スイッチ・コンセントの取換」「防犯カメラの設置」など家電や電気工事に関連する「困りごと」解決だ。

「エアコンやテレビなどの買い替えサイクル

電気のごことならまかせて安心!!

すぐ来て電気の110番メニュー 保存版

多摩地区のお客様とお隣様で7,000円未満! ありがとらえていきます!!

電球の交換 1.2,000円 照明の取付・移動 6,000円	電球の交換 1.2,000円 テレビの移動・設置 3,000円	小工事 8,000円 6,000円	コンセントの増設 8,000円 8,000円
洗濯機の移動・設置 6,000円	冷蔵庫の移動・設置 6,000円	防犯カメラの設置 24,800円	エアコンの移動・設置 25,000円
エアコンの移動・設置 25,000円	防犯カメラの設置 24,800円	LED照明の取換 19,800円	お見積り 19,800円
家電製品の取換説明 2,000円	各種家電の修理 3,000円	地デジ工事 39,800円	BS/CS 放送受信工事 19,800円

家電点検出張料 3,000円 工事見積りは無料です

TEL (042) 322-9936

■電気の110番チラシ

は10年~15年。だが、家電や電気に関する暮らしの困りごとは日常的に発生する。できるだけお客様との接触を増やすには困りごとのニーズをしっかりとつかむこと。高齢客はチラシを保存してくれるのでチラシの費用対効果は悪くない(大津社長)。

サン・オーツのチラシ販促は20年以上も前から現在まで継続して展開。全店で月3~4万枚撒いて、月平均40件の新規客を獲得する。青葉町店もチラシで毎月15~20件、新規客を増加し事業を軌道に乗せている。

「一番多いのはアンテナ工事や電気配線、コンセントの増設工事、その他大型家電の移動や設置などの依頼。昨年10月の台風19号ではアンテナの倒壊など、全店で30件近くの困りごと相談があった(大津社長)。

ただし、困りごとから3~6カ月後に向いても無駄骨になるケースが多い。新規客をハードの販売につなげるためには、提案のタイミングと工夫が大切と大津社長は話す。「重要なのは困りごとを解決したときに、その場で提案すること。お客様に嫌がられると思いがちだが、実はそうでもない。お客様が心を開いてくれる絶好のタイミングだ。

その場合、お客様宅に入ったときにあらかじめ、エアコンや洗濯機などの大型家電や住まいの状態などをチェックすることがポイントだ。



■サン・オーツ青葉町店（東京都東村山市）の店舗外観



■住宅リフォームにも力を入れる



■本・支店3店舗で稼働している
MNJ 羅針盤シリーズ「総合管理 Pro」



■顧客に合わせてチラシ内容を変えている

「故障していたり、傷んでいるところが必ず1つか2つはあるはずだ」（大津社長）。

一方で、大型家電の「点検サービス」も行っている。エアコンやテレビ、冷蔵庫などの購入客に対し、半年に一度機器を無料点検するサービスだ。顧客サービスと同時に、他の家電製品の調子、電気や住まいの困りごとなどを尋ねるのが狙いだ。

同店の営業品目には家電の他にも、ガス機器や住宅設備機器、ガス工事や電気工事、蓄電池設備や太陽光発電システム、住宅リフォームなどがある。

経営理念でも「楽しい暮らし、快適な暮らしの提案」と謳っているように、顧客の暮らし全般をカバーできる体制を整備。点検サービス活動を通して、一人ひとりの顧客に合った家電やリフォームの提案を行う。

究極のローコスト店舗を目指す

「100 店舗構想」のモデル店として位置付けている青葉町店の大きな特徴は店長、従業員のいない究極のローコスト経営だ。常駐するのは女性パート1名。営業時間も従来の9時半～18時、現在は10時～17時に短縮している。支店から本店への電話の転送機能を利用することで、人件費コストを抑えた。

「店舗は顧客との信頼関係を築くために必要だが、店舗ではモノの販売ではなくソリューションを増やすのが目的」と大津社長。売り場の在庫も乾電池や電球、LED照明の他、アンテナケーブルやテレビ接続ケーブル、電源ケーブルなどの家電小物、消耗品、最寄り品などを中心に揃えている。ローコスト経営の一環として、青葉町店の営業マンは本店（国分寺店）に集約させた。営業チームの人員は8名。2チームに分け本・支店エリアである国分寺市、小平市、東村山市をカバーしている。

家電やリフォームの提案は、「チラシでの電気の困りごと案内」⇒「お客様からの問い合わせ」⇒「困りごと解決（ソリューション）」というプロセスを経て成約に結び付ける。

「青葉町店はチラシなどでつかんだ情報を本店の営業部隊にフィードバックする集客装置。営業コストをかけずに、効率よく集客・増客できるシステムを目指した」。大津社長がそう語るように、店舗の家賃や女性パートの人件費、水道光熱費などを含めた固定費は月25万円程度に抑えているという。

大津社長は暮らしの困りごととビジネスを切り口に、多摩地区を中心にローコスト店舗のドミナント展開による「サン・オーツ100店舗構想」を打ち出している。

本・支店間で顧客データを共有

青葉町店のもう一つの有効なシステムは、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 MNJ 羅針盤シリーズ「総合管理 Pro」である。現在、本・支店3店舗で導入、VPNを活用しリアルタイムで運用している。

VPNとはVirtual Private Networkの略で、「仮想専用線」のこと。インターネット上に仮想の専用回線を設け、本・支店間で MNJ 羅針盤シリーズ「総合管理 Pro」に入力されているあらゆるデータを共有できる。

一方、MNJ 羅針盤シリーズ「総合管理 Pro」には顧客名、住所や電話番号、商品やサービスの購入履歴などが入力されており、これらのデータを瞬時に引き出すことができる。VPNによって、本・支店間で同時にデータをアクセスしたり、更新することも可能だ。

買い替え中心の家電需要を確実につかむには、顧客情報が大きなポイントになる。例えば、顧客の趣味・嗜好、家族の新入学、就職、引越、結婚、出産、定年などの情報、新築やリフォーム、住み替えなどの情報も重要だ。

MNJ 羅針盤シリーズ「総合管理 Pro」では、こうした情報を簡単にデータベース化できる、既存のパッケージソフトにはない「メモ機能」がある。前述したように、サン・オーツの顧客

情報は集客装置である本・支店に集積される。VPNによって、それらの情報を20人の従業員全員が共有できるのが大きなメリットだ。

MNJ 羅針盤シリーズ「総合管理 Pro」の人気機能である「RFM分析」にも触れておこう。RFM分析とは、お客様の「購買頻度」や「購買期間」、「購買金額」からイベントや販促キャンペーンなどの見込み客を絞り込む有効な分析手法だ。

サン・オーツの年商は約3億円、粗利益率は40%である。高い粗利益率を確保しているのはRFM分析によって、「Aランク客（優良客）」の育成に積極的に取り組んでいるのも一因。

さらに、A客を増やすために、大津社長は次のように考えている。「RFM分析を行うと、誰がいつ何をいくらでどのくらい売ったのかが分かる。A客を徹底的に分析すれば、A客の購買パターンがつかめる。これをB客、C客からA客へとランクアップする材料として活用したい」。具体的にはチラシ内容や配布エリア、配布頻度、点検サービスなどのソフト業務を見直していく考えだ。

経営情報販売管理システム
MNJ 羅針盤シリーズ「総合管理 Pro-POS」
東京都北区 03-3906-3561