羅針盤・POSシステム

本格的DBマーケティング実現 POSレジ連動

メディア・ネットワーク・ジャパン　東京都北区

今や多くの電器店が顧客や商品の情報をパソコンで管理し、経営に生かしている。システムを支えるソフトの中でも、メディア・ネットワーク・ジャパン（MNJ、本社＝東京都北区赤羽台3―1―19、澤田国治社長）の「羅針盤・POSシステム」は顧客管理・在庫管理を核にした本格的なデータベースマーケティングを提案して注目を集めている。同社の澤田六郎氏が、かつて有力地域量販店を経営した経験から心血を注いで作り上げたソフトの特徴にスポットを当てた。

データベースマーケティングが大事な地域店経営

経営を網羅するシステム

「羅針盤・POSシステム」は、全国4千万件の電話番号データを活用したCTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）機能と顧客と商品の情報データ管理をはじめ販売・保守・商品・仕入れ・買掛・競合店売価・問屋卸買価・業務日報・顧客との約束事項・金銭出納帳などの管理からPOSレジとも連動したトータルシステムだ。

レジ・ドロアー入出金や領収書、クレジット明細書のほか預かり金もレシート発行し、売上伝票、保守修理管理伝票、見積書、請求書の発行、各種帳票類や集計一覧表の出力とクロス集計ができる。

各種絞り込み検索やRFM分析を含む経営分析、担当者や地区、商品、メーカーなどの項目別粗利益分析ができる。

さらに商品マスターから直接、現金卸問屋やメーカーの商品URLへワン・クリック連動し、自店で簡易カタログや商品POP、名刺などを作り、DMラベルの印刷もこなす。

こうした「羅針盤」の機能を生かすと、地域電器店のエリア・マーケティング手法で顧客と長い付き合いの関係を築くことができる。つまり「再購入と一生顧客づくり」、いわゆるCRM（カスタマー・リレーションシップ・マネージメント）を構築できる専門電器店のためにPOSシステムだ。

豊富な経営経験が多彩な機能に

「羅針盤」は、病気を患い3カ月の入院を余儀なくされ、九死に一生を得た澤田六郎氏が、それまでの有力地域量販店を経営した豊富な経験と現場感覚のノウハウを生かし、多彩な機能を搭載して世に問うたシステム。すでに全国1300の地域電器店で活用されている。

社内LANで複数台活用

トータルなシステム

バージョンアップは無料

「羅針盤」シリーズは4種類あるが「羅針盤POS・システム」はソフトが59万8千円。全国4千万件の電話番号データ4万5千円、ナンバーディスプレイ機器1万5千円、POSレジ機器（エプソン製、キャッシュ・ドロアー、カスタマ・ディスプレイ、レシート・プリンタ、バーコード・スキャナ一式）が19万8千円で、合計85万6千円。

経営の守りと攻めに強く、次世代の電器店経営を支援する、経営効率化のツールとして「地域データベースマーケティングのための傑作」（導入店）と評価される。

月額1万1900円で84回クレジット払いだと、導入しやすい。MNJ安心・真心サポート体制が整い、バージョンアップは無料。導入店では数回のバージョンアップを行い「信頼できるサポート体制」と喜ばれている。

そのほか売上げや商品検索はバーコードをスキャナで読み取るだけ。データはすべて「顧客管理」「売上管理」「商品管理」「発注管理」「仕入管理」に連動し、自動更新される。

不良在庫・陳腐化に早めに手を打つ

レジの開閉は「金銭出納」に自動転記されるので安心安全。売上げデータは「顧客購入履歴」「保有商品履歴」へ、商品は「商品入出庫台帳」へ、販売時点の顧客との契約事項は「作業予定表・業務日報」へ自動転記される。

商品は「絶対個別単品管理とグロス管理」の選択ができ、未稼働商品の期間表示されるので、商品の陳腐化による不良在庫にも早めに手が打てる。

商品マスターはメーカー希望小売価格と自店売価、仕入れネット、粗利率のほか競合店の売価や現金問屋の仕入れ買価などを当日から15日以内について自動表示する。

接客中に顧客から電話があっても顧客の関連情報が地図データ情報も含め、画面に表示される。POSレジ操作中でも顧客情報を表示し、社内LANで複数台の同時活用もできる。

CTI機能で的確サポート

この着信コールで電話を取らずに電話の相手が画面で見える仕組みは羅針盤全シリーズに搭載されている「CTI機能」だ。

コールセンターなどに広く利用され、顧客データベースをもとにプロフィルや購入履歴などを画面で参照しながら的確なサポートができる。

電話をかけてきた相手の家族構成や購入履歴、家族構成など基礎データはもちろん、表示顧客マスターには売掛状況、最終購入日、累計販売実績（回数や金額）、RFM分析評価の自動表示もする。

電話がかかってきた時点でワン・トゥ・ワンマーケティングの基礎データを把握することができ、活用の仕方でCS（顧客満足度）アップにつなげることができる。

導入店が自店に合わせた活用

画面上の購入履歴はワンタッチで商品マスターに連動し自動表示されるので、問い合わせにも即答でき顧客の信頼を高める上で役立つ。「羅針盤」は、地域家電専門店の抱える課題にあらゆる面から対応している。

地域量販店を経営した経験から「喉が渇いた時に、水を飲もうと井戸を掘っても間に合わない。家電流通大編成時代に対応した地域電器店の悩みを解決できるツールと考えていただければ幸い」と澤田氏はいう。

澤田氏のもとには「羅針盤」を導入した店から感謝状なども届いている。

導入事例紹介

地域超密着型経営推進の右腕

電器プラザササキ
（秋田県北秋田市）
佐々木大社長

電器プラザササキ（佐々木電機、秋田県北秋田市花園町2―32、佐々木大社長）は昨年秋、UNIXベースのシステムから「羅針盤PRO―POS」に乗り換えた。「リアルタイムの情報が、見たい時にいつでも見られる。意思決定が格段に早くなった。当店がめざす地域超密着型経営の右腕」と佐々木社長。

同店が扱う商品アイテム数は多く、従来のシステムで商品マスターは2万2千件を超えていた。15年前に導入した時、1200万円投資したが老朽化し、新システムを探している時「羅針盤」にめぐりあった。

電器プラザササキの羅針盤POS

「データ絞り込み検索やクロス小計付き売上げ集計と自動発注引き当てと仕入買掛帳の自動作成機能、さらにRFM分析結果の顧客ランクが顧客台帳へ自動表示される機能に驚いた」と佐々木社長。魅力を感じたのはリアルタイムな応答の良さ。

「仕入先マスターを開くと、現況の当月限発注額・期間内発注額・仕入金額・支払金額・買掛金額・未入荷金額が瞬時にその場で分かる。旧システムでは、月に1度の更新作業を経なければ見ることができなかった。発注時に入力したものもすぐ反映され当月の買掛予想が出るので在庫調整がうまくいく。意思決定が格段に早くなった」という。

「羅針盤POS」は店頭に2台、事務所に1台、合計3台をLANでつなぎ、日常業務に威力を発揮、活躍している。佐々木社長は「羅針盤導入で経営効率が上がった」と喜びを語る。（秋田）

オーダーソフト並み結果に驚く

鎌田電器
（京都府綾部市）
鎌田昌司社長

鎌田電器（京都府綾部市広小路3―55、鎌田昌司社長）は登録顧客数4千件、年商2億円を超す。PCを経営に活用し20年近くになる。

昨年秋に導入した「羅針盤」が3月に実施した売出しで威力を発揮した。鎌田社長は「かつて経験したことのない感動だった」と驚きを隠さない。

羅針盤を操作する鎌田電器のスタッフ

同店は「羅針盤・POSシステム」を、LANで5台のPCをつなげ、営業マン6人が伝票入力など行っている。

3月の「決算セール」は週末2日間で1200万円を超える大成功だったが、売上げの入力は閉店後1時間で処理し、売上げ実績一覧表及び集計表出力・業務予定表などは即、完成。品目別、メーカー別、地区別、担当者別のクロス集計データは2日目の社員の発奮材料となった。同時に月曜日にはすぐに配達業務には入れた。

「羅針盤」では受注データのメモ欄に「配達のとき電球2個を届けて欲しい」「支払方法の注意」など書き込める。

鎌田社長は「システム内で自店のオリジナルソフトとして活用できる。自分がやりたいことをピックアップすると、最終的にはオーダーソフト並みの結果が得られる。ここが凄いところ」という。（京都）

ソフトに電器店の気持ちが反映

エース電化センター
（京都市中京区）
藤江勲社長

「羅針盤シリーズ」は一般の電器店で数多く活躍している。エース電化センター（京都市中京区西ノ京冷泉町138）の藤江勲社長は「羅針盤の持つ機能は十分満足している」という。

「羅針盤」の導入を決意したのは「従来のソフトでも不自由はなかったので一大決心だったが、メディア・ネットワーク・ジャパンの澤田さんは元電器店経営者。ソフトに電器店の気持ちが反映されていると点だった。

羅針盤を操作する静江夫人

藤江社長は、羅針盤の魅力に「幅の広さ、奥の深さ」を挙げる。その一例が商品管理機能の展開による「見積書の作成と独自の商品映像付き「簡易カタログ」や商品写真にお勧めポイントを加えたオリジナルチラシは「攻めの手法」に活用できる。

CTIは、着信履歴機能が休日中にかかってきた顧客からの電話履歴を保存してくれるので、修理依頼などの信頼獲得につながる。

静江夫人は、メディア・ネットワーク・ジャパンのサポート体制の良さを挙げる。

「サポートセンターに電話で相談し、できるところは無料でバージョンアップしてもらった」という。（京都）

"一生顧客"作りの不可欠ツール

千代田電機サービスセンター
（広島県北広島町）
居田正社長

千代田電機サービスセンター（広島県北広島町、居田正社長）にとって「羅針盤」は日常管理業務や、ご無沙汰顧客や見込み抽出、保守修理メンテナンスにとって"一生顧客"づくりに欠かせないツールだ。

「羅針盤」を使うきっかけはメディア・ネットワーク・ジャパンの澤田六郎氏が居田社長が理事を務める広島県電器商業組合の会合に「羅針盤」を紹介に来たことだった。

個展前には「羅針盤」で案内を出す顧客をリストアップ

「電話のネームディスプレイに対応しているCTI機能は衝撃的だった。電話帳に載っている名前や住所、電話番号などがパソコン画面に出るなんて思いもよらない。びっくりした」。香川和幸営業部長は感動と衝撃の大きさを話す。

「誰から電話がかかってきたか事前にわかるのが便利。店内でほかの人が出た着信電話の相手もパソコンの画面に表示されるので、電話に出なくても顧客先がわかる」。

夏は七夕、冬はクリスマスに個展を開き、約1千件の顧客に案内を出しているが、売上げ目標に対して1人の購買金額を想定、「羅針盤」をフルに活用して目標達成のために見込客をリストアップをする。

羅針盤は間口が広く、奥が深い。「私が今使っている売上げ小計付きクロス集計などは能力のほんの一部。機能はまだまだある。特にRFM分析や見込みなどの絞り込み検索など興味が尽きない」と香川営業部長。（広島）

"攻めと守りに強い"ソフトに大きな魅力

フジ電業
（京都市右京区）
伊勢徳太郎社長

フジ電業（京都市右京区花園伊町3、妙心寺南門西入ル、伊勢徳太郎社長）は「羅針盤」を導入して1年余。「攻めと守りに強い」ソフトに魅力を感じている。

以前のソフトは使いやすいように改良に改良を重ね、「これ以上はない」というところまで使いこなした。その伊勢社長があえて「羅針盤」に乗り換えた魅力は、データ活用した「攻めと守りに強い」CRM自動構築データベースマーケティングシステム機能だった。

羅針盤を操作する伊勢社長

伊勢社長は経営支援ソフトの基本条件に「従業員が全員扱えるためにも、できるだけ入力が簡単なこと。そして入れたデータを早く引き出せること」と「簡単さ」と「レスポンスの早さ」を挙げる。

以前のソフトはカタカナ入力の商品マスターでなければ検索ができなかったが「羅針盤」はカタカナ、漢字、ひらがな、何からでも商品データが表示される。以前のソフトは検索しやすいように自花園伊町3、妙心寺南門西入ル、伊勢徳太郎社長）は「羅針盤」を導入して1年余。「攻めと守りに強い」ソフトに魅力を感じている。

以前のソフトは使いやすいように改良に改良を重ね、「これ以上はない」というところまで使いこなした。その伊勢社長があえて「羅針盤」に乗り換えた魅力は、データ活用した「攻めと守りに強い」CRM自動構築データベースマーケティングシステム機能だった。

伊勢社長は経営支援ソフ

でんき店支援システム・顧客総合管理ソフト　羅針盤　競合店価格と現金問屋買価を完全管理ができるシステム