

「羅針盤」で経営力アップ



尾藤社長

広島県電器商業組合理事長・全国電機商業組合連合会中国地区協議会会長・全国電機商業組合連合会専務理事を務め多忙な日々を送る尾藤社長

地域店の求めに応えるソフト

「羅針盤」で経営力アップ——総合情報管理システム導入実践例

メディア・ネットワーク・ジャパン（東京都北区赤羽台3-1-19、澤田国治社長）が提案する「羅針盤」は、すべての経営シーンに対応するオールマイティな電器店総合経営支援ソフト。福菱電機が導入した「羅針盤総合管理PRO」は、日々の店舗管理業務や営業活動、顧客管理、売上在庫管理業務などに活躍している。「羅針盤を開発した澤田六郎さんが、家電業界でやってこられた人だからこそ、地域店が一番困っている点、必要とするところ、何を求めているかを分かってらっしゃる」と尾藤社長。「羅針盤」の使い勝手のよさに感心する毎日だ。「羅針盤を導入した人が、使い方など体験を話し合う機会があったらいいな」と提案したい」という尾藤社長に話を聞いた。

長が「羅針盤」と出会うきっかけとなったのは、大阪商組前理事長の濱村昌義さんからの紹介だったという。澤田氏に広島県商組の理事会が行われる日に来てもらい、「羅針盤」のデモ実演説明会を開いた。「澤田氏は、本当に熱心に地域店のために説明されていた」と、当時は懐かしそうに話す尾藤社長。

PCへの運用

説明会を機に「羅針盤」を導入した尾藤社長だったが、多忙を極める身ゆえ、導入後本格活用まで少し時間を要したが、パソコンができるパ



売上管理に活躍する「羅針盤」

ートさんが入店し、本格的に運用を始めた。入力した顧客数は約1000件。社内LAN「サーバー&クラ

<導入店プロフィール>

福菱電機

所在地：広島県福山市川口町2-5-15
 創業：1968年（昭和43年）
 代表者：尾藤武士社長
 従業者数：4人
 店舗数：1店舗
 導入時期：2003年11月
 登録顧客：1000件

「羅針盤」を動かしている。クライアント」でパソコン2台をつなぎ、

打ち込みを始める時は、澤田氏に指導してもらい、顧客管理に使っていた以前のソフトから「羅針盤」に顧客情報も移すことができるとの説明も受けたが、勤めていたパートナーが以前のソフトに顧客情報を打ち込む途中で辞め、入力が中途半端だったため、この際、すべて一から整理して入力し直すことにした。

「羅針盤」を導入する上で「基本的には、データベースがいかにしっかりしているかが大事」と尾藤社長。手書きの顧客管理を行っている場合でも、それがしっかりしていれば導入がスムーズだという。

「羅針盤」で経営力アップ

■日頃の整理が inputs を楽に

尾藤社長は脱サラで独立する時、三菱電機の販売会社から声を掛けられ、三菱系列の電器店でスタートし、48年に法人化。現在、尾藤社長夫妻、息子さん、パートさんの4人体制。

以前は顧客情報を、メーカー仕様の用紙に顧客の名前、住所、家族構成など手書きし、五十音順に並べ、ファイルしていた。その後、パソコンで顧客管理をするようになって15年以上経つという。

以前のパートさんが辞め、日々の仕事に追われ、データ入力に中断したが、「いつでもこれを見れば顧客データを整理できるように」と、保証書類は年度ごとに保管し、しっかりと分けをしてきた。どの顧客が何を買ってくれたかなど日頃の整理を積み重ねた結果が「羅針盤」への inputs を楽にした。

「電気製品は必ず買い替えが起る。売り出しや展示会で効率よく販売しようと思ったら、顧客データは欠かせない。福山市でも地上デジタル放送が始まったので、液晶テレビを売ろうとしたら、何年以上前に何型のテレビを買ってもらった顧客な

どと、選び方に応じて見込客リストがパツと出てくる。以前のソフトに比べ、出方がきつちりしていて抜群にいい。抽出方法や使い勝手は数ランク上という印象」と尾藤社長。

■リコールにも即応

最近、尾藤社長が感心したことのひとつに製品のリコールにもすぐさま対応できる点がある。メーカーから回収協力を求められた製品の型番を入力すると、その機種を購入した顧客のリストがすぐ出てくる。

「いつ、どこに何台売ったか、すべて分かるので、メーカーに依頼するにしても自分で行くにしても、す



「羅針盤」を扱う女性スタッフ

ぐ修理できる」。

修理依頼があった際にも便利に活用している。電話で修理依頼された時、高齢の顧客は型番を訊ねても分からない。顧客の家にいって、型番を調べて、それからメーカーに部品を注文しなければならず、時間がかかる。「羅針盤」を使えば、瞬時に保有商品台帳や購入履歴データ出てくる。エアコンの型番が分かると、リンクしているメーカーのホームページで症状からメーカーのワンポイントアドバイスが得られる。

「顧客が何か特別なことをして壊した場合は別だが、通常の使い方です壊れる場合はアドバイスに従って部品を持っていけば、7〜8割の確率で修理できる。修理はほとんどそういう形で行っているの、羅針盤は本当に便利がよく、業務が効率よくなったと感じる。きちんとしたデータを入力することで、情報が一元化され、適切なデータが抽出できる。自分のやりたいことをこなせるのが「羅針盤」と尾藤社長。

■先進機能を搭載

地域店が必要とする経営情報のひとつに量販店の価格がある。尾藤社

長は「自分の商売は自分でやるもので、自主、自立、自助努力のオンリーワンビジネスを大切にすることが基本。量販店と比べてどうかというものではないが」と前置きしながらも「最近では量販店の価格を引き合いに出して値段を相談するお客も増えてきた。量販店や競合店の価格を無視し、避けては通れない」という。

「羅針盤」は量販店や競合店の、当該日以前15日以内の最安値売価を管理することができ、Webサイトにも連動している。つまり、商圏内の量販店や競合店について、新聞折り込みチラシや店頭での価格を「羅針盤」に入力しておくことで、顧客との商談時に、そのうちの最安値を瞬時にチェックできる。

「パソコンで量販店・競合店の価格がわかることは、地域店の商売をする上で大事だ。量販店の安売り価格に対応すると、利幅が少なくなる。羅針盤はその商品の流通市場買値情報データを入力管理し、当該日以前15日以内の最安値仕入価格が自動表示される。何処から仕入れたら、どれだけ利益が出るかなどの粗利益率が自動表示されるなど、先進機能が搭載されている」と尾藤社長。

■オール電化とリフォームが柱

地上デジタル放送開始で売り上げに貢献している薄型テレビも台数は売れるが、最近は価格の下落が激しく、利益率が低くなってきたという。

「それを補完するのがオール電化。量販店もそれほど安売りしていないし、しっかり取り組むと利益が取れ、工事でも収益がある」と尾藤社長。

5年前からオール電化・リフォームに取り組み、今では売上比率はオール電化とリフォームで7割、家電が3割。オール電化関連商品は多い年で1500件、少ない年でも1000件ほど販売している。リフォームは、オール電化がきっかけでキッチンや風呂を直したいというケースが多く、自店に対応するために協力的な業者を見つけ、取り組んできた。

「絶対に業者に丸投げしない」のがモットー。業者から見積もりを出さない、自店で顧客に見積もりを出す。作業の管理も最初から終わりまでやる。顧客の要望もすっかり聞いて、業者と打ち合わせして進めていくやり方で顧客から信頼を得ている。

「エコキュートもIHクッキングヒーターも機械が複雑なため故障も

起きるが、訪販業者から買った時、修理の時のことを心配しない顧客が多い。訪販業者が勧めに来ても、当店に問い合わせをしてくれるよう、常日頃からオール電化をやっていることをPRしている」という。

「地域店は顧客の家の構造まで知っているのが強み。オール電化は安心・安全で、よほどのがなければ光熱費が確実に安くなる」と、オール電化への取り組みを強調する。

■個展で「羅針盤」が活躍

福菱電機は春、夏、秋の年3回、三菱電機グループの合展に参加しているが、その合間に福山市内で電力会社が料理教室を開いているイベント会場を借り、オール電化をメインにした個展を行っている。

その際、すでに購入してもらった顧客にも「先日、ご購入いただき、ありがとうございます。お困りのことはございませんか？今回の展示会でも料理教室を開いておりますので、ぜひお出かけください。お鍋もたくさん用意しております。お越しをお待ちしています」といった手書きのあいさつを添えてDMを出す。そうすると、「調理の仕方を勉強し

たい」と来場した顧客に鍋を買ってもらい、最新の家電品を見てもらうことができる。「オール電化メインの方が家電も売れる」という。

この個展でも「羅針盤」が活躍している。「先日は条件を設定して30軒にDMを送り、10軒が来場した。次は違う条件設定で50軒にDMを送ったらどうなるだろうか。いろいろ試してみるのが楽しい」という。

「羅針盤」を使い、素早く対象顧客をリストアップする一方、心を込めて手書きの挨拶文を添える。「手間がかかる」「時間がない」などで怠ることなく、情報データ入力を行えば、「羅針盤」を活用して業務の効率化が



オール電化に力を入れる福菱電機

でき、業務上削れない大切な部分は時間をかけて行うことができる。

■安心のアフターフォロー

澤田氏は山陽道を通った折には「その後どうですか？」と同店に顔を出すという。尾藤社長は「とにかく熱心」と感心する。

「羅針盤を導入した店からの提案を受け入れ、改良した新しいバージョンが送られて来る。アフターフォローがしっかりして、売りっぱなしでないで、私を含めて導入した皆さんは喜んでいるはず」と尾藤社長。現在は「顧客管理総合管理PRO」を売上管理中心に活用しているが、

「また羅針盤の搭載能力を全部使いこなせてない。すべての機能を連動すると、さらに効率が上がるだろう。経理関係は税理士に任せているが、今後は経理面にも連動することを考えてい」という。

尾藤社長は「羅針盤を使っている店を集めて、使い方について情報交換会があったらいい」と提案する。こうした声が出てくるのも、「羅針盤」が顧客の提案を受け入れ、さらに使いやすいよう、常に進化し続けるソフトだからだ。