

## 「羅針盤」の魅力を探る

経営には攻めの「鉾」と守りの「盾」が必要だ。しかも、バランスが取れていなければならない。メデア・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、電話03-3906-3561）が提供する経営情報総合管理システム「羅針盤」は、攻めに欠かれない「盾」として全国各地の地域家電店の経営を支えている。「羅針盤」の魅力を探る新シリーズ。今月は、家電販売と修理、パソコン教室の3部門を、それぞれFCに加盟して事業を伸ばすトスコみやの（愛知県稲沢市日下部北町1-1-4、宮野憲一社長）を訪ね、その活用を聞いた。注目したのは、稼働しているFCのシステムと「羅針盤」の組合せ。本部から提供される販促企画に独自の手づくり企画をプラスする経営努力を「羅針盤」がバックアップしていた。

## 電器店経営情報総合管理システム

## 「羅針盤」の魅力を探る

FC本部の販促企画に工夫をプラス  
経営努力を支える「羅針盤」

## 3つのFCに加盟

トスコみやは愛知県北部、稲沢市内の幹線道路に面した交差点の角にある。「電気のコムビニショップエイデン」の看板と並んで、白地に赤と緑のロゴ看板「ミスターコンセント」が目立つ。「パソコン寺子屋」のノボリや看板もある。

エイデンは中京地区を地盤に、中国地区を地盤とするデオデオなど家電量販5社と事業統合した「エディオン」を全国展開する。「電気のコムビニショップ」は地域店を対象にしたFC。同店は1年半前に加盟した。ミスターコンセントは北陸を地盤とする家電量販、100満ボルトグループの修理専門店FC。加盟は5年前。「パソコン寺子屋」はさらにその2年前に加盟し、生徒数は延べ600人を超えている。

## 売上げは5年でほぼ倍増

人員は家電販売が宮野社長夫妻と子息の剛至さん、男子従業員と女子事務員の5人。修理は宮野社長と外注スタッフが4人。パソコン教室は剛至さんの奥さんほか主婦や会社員などインストラクター17人。周囲の人々の協力を力にしているところが、同店の強さだ。

売上げは3年前に年商1億円を超え、07年度は1億5千万円近い数字になった。この5年間、着実に伸び、ほぼ倍の規模に成長した。「羅針盤」を導入したのは7年前。宮野社長が



3つのFCの看板を掲げるトスコみやの

「検索能力」を高く評価する顧客管理の面で「羅針盤」は力を発揮し、同店の成長を「経営の盾」となって支えてきた。

## 先を読みつつ、進路を開拓

FCに加盟した理由を、剛至さんは「団塊の世代が定年を迎えると、購買力が落ちる。団塊の世代だけに頼った商売では先が見えないと思い、量販店のFCを志向した」と語る。

ミスターコンセントは修理が得意な宮野社長が「修理で収益を上げた」という以前からの夢をかなえた。パソコン教室は以前に比べて生徒数が減り、現在、80人から100人ほどだが、「ここ数年は、リタイアした団塊の世代が趣味で株でも買おうか、などとパソコンを習う人も増えそう」と期待する。

修理はミスターコンセント、販売力はエイデンのノウハウを生かす。エイデンのFCに加盟後、修理から買い替えにつながるケースやパソコン教室の生徒が商品を購入するケースが増えた。「ここで買えば、パソコン教室もある、修理もしてもらえるので安心と言ってもらえる」と剛至さん。

## 「羅針盤」の魅力を探る



2代目の剛至さんは店に入って10年

電池や管球などの消耗品を除いて商品を購入してくれた人は「羅針盤」に顧客登録しているが、新規客が増え、現在、登録顧客は10000件を越えた。

### 各システムが役割分担

FCのシステムと「羅針盤」は、どのように補充し合っているのだろうか。

ミスターコンセントのシステムからは修理伝票が出てくる。エイデンのPOS端末は出荷された時点で在庫に登録される、云わば「発注・在庫管理システム」。

「羅針盤」は、それらの両システムを統合した機能をすべて搭載しているが、エイデンのFCに加盟後、販売量が増えるとともに、二重手間を省き、「羅針盤」の役割を「再購入と一生顧客づくり」の顧客データベース・マーケティング管理に特化させ、購入履歴・保有商品など業務上発生する顧客に関する全ての情報データを入力して、その搭載機能を活用し、大いに売上増に寄与させている。

### かゆいところに手が届く検索能力

「羅針盤」の顧客管理機能の魅力を、剛至さんは「とにかく検索能力がすごい。検索する切り口は縦横無尽。かゆいところに手が届くように検索できるので重宝している」と語る。

最近増えているリコールも、対象機種を持っている顧客をすばやく探し出して対応できる。家電リサイクルに出した機種の検索も簡単だ。

### 検索能力を「経営の銚子」に生かす

この「羅針盤」の検索能力が、「経営の銚子」となる販促に生かされている。

月々の販促策はエイデン本部が企画し、チラシを新聞折り込みするほ

か、エイデンeカード会員にはDMを直送してくれる。トスコみやの顧客のうち、カード会員は4000件ほど。

一方、「羅針盤」には10000件を超える顧客が登録され、A、B、Cなどランク分けされている。本部がDMを発送してくれるカード会員はランク欄が「e」。その「e」ランク以外の顧客から、検索項目を工夫しながら300〜400件をリストアップし、DMを手配りする。

その時、独自に企画を考え、手づくりのチラシを用意する。小売業は毎月の売上げと収入の額が保証されていない。工夫と努力が数字になって返ってくる。毎月の販売企画は本部が考え、販促チラシを作ってくれるが、「それだけではダメ」と剛志は言う。

### 魅力のある企画を工夫

「FCに加盟して、最初は確かに売上げが上がった。チラシが新聞折り込みされ、手配りすると反応があった。『エイデンと同じ価格で買えるなら』とお客が来てくれた。でも、やがてお客は、必要な時しかチラシを見なくなる」。



レジ脇にある「羅針盤」用端末は液晶画面が見やすい位置に

ある時、全然反応がないことがあり、顧客に聞いたところ、「そう言えば来ていたね。よく来るから見なかった」という声が返ってきた。定期的に届けられる統一チラシやDMを、いかに魅力のあるものにするか。「へえ、こんなこともやってるんだ」という発見があれば、「今回は何？」という反応になる。

剛志さんたちは、ひと手間、ふた手間かけてチラシの回収率、反応を高めるようにしている。

「とにかく読んでもらえば関心を示

## 「羅針盤」の魅力を探る

してもらえ。店に来てもらえば、何かしら買っていただけ。そのため手づくりしたオリジナルなチラシを同封する」。

本部から来たDMの封筒を開け、オリジナルチラシを入れて再び封をするのは手間がかかるが、それをしていないと、封を切らずに放っておかれる。「FC本部に頼るだけではダメ。自分たちでできることを工夫しなければ。楽な世界はない。FCに入った時は、安くなったと、バア一と来てくれたけど、やがて当たり前になる」と剛志さん。

顧客に配るため、毎月のようにエイデン本部から届く販促チラシも、「羅針盤」の顧客管理を活かして、配る先を工夫している。

### サーバー1台に端末4台

現在、「羅針盤」はサーバー1台とクライアント(端末)4台で動いている。入力は端末4台で行い、サーバーは端末とデータをやり取りするだけに使う。以前、サーバーもクライアントとして使っていたが、「サーバーはサーバーとしてだけに使った方が快適に動く」と剛至さん。端末のうち1台はレジの横に置い



修理専門店「ミスターコンセント」は宮野社長の「夢」を実現した

て、店頭での対応や電話がかかってきた時、パッと顧客画面が立ち上がるCTI機能に空けてある。

CTI機能は「羅針盤」を活用している販売店から「一番わかりやすい特徴」と評価され、顧客の住所の地図や購入履歴、商品保有データ、保守・修理履歴をはじめ、さまざまな情報が自動的に表示されるので対応に便利だ。

そのため、入力用に空いている端末は3台。宮野社長夫妻と剛至さん、事務員の女性の4人で操作する。入力はこまめに、その都度行う主義。「一度に全責は入力できない。混み合

うとストレス。もう1台欲しいくらい」(剛至さん)という。

### 入力モレを防ぐ工夫

電話で受けた顧客の要件は、メモノートに書き、処理が完了したのを確認して判を押す。併せて、「羅針盤」の顧客データにも入力する。修理依頼も売上げを「0円」で入力しておく、未処理の場合、売り掛けとして残るので、うっかり忘れてを防ぐことができる。

顧客管理にしても在庫管理にしても、パソコンを経営管理に活用するには、必要なデータを入力しなければ始まらない。しかも、入力ミスを防がなければ、正確なデータは得られない。この、ごく当たり前のことを、どこまでできるかによって、ソフトの活用度が違ってくる。

### 入力とチェックが定着

エイデンのFCシステムは、必要なデータを端末から入力をしないと先に進まない仕組みになっている。商品を購入してくれた顧客、商品の型番、納品予定日などを入力しないと発注できない。

しかも、宮野社長がパソコンを経

営に使い始めたのは、剛至さんが「小学生の頃」というから、もう20年前になる。日々のデータ入力とチェックは仕事の流れに定着している。

### 「羅針盤がないと、回らない」

宮野社長が「羅針盤」の導入を決めた時、剛至さんは反対したという。「社長はそれまで使っていたシステムを更新せず、『良さそうだから、入れようか』と簡単に羅針盤に変えた。『もっと慎重に検討したら』と思ったし、使ってみると、はじめは慣れていないから使いにくかった」。

使用方は使っているうちに慣れる。「羅針盤」のサポートセンターは次々と改善してくれる。今、剛至さんは「正直なところ、羅針盤がないと、うちの経営は回りません」と言う。

トスコみやのにとって、商売のやり方はここ4、5年で大きく変わった。

剛志さんは「商売の仕方は時代とともに変わっていくもの。5年後に、どうなっているか、わからないけど、少なくとも羅針盤があるから、やっていける。顧客管理は小売業にとって、一番大切なものだから」と語る。