

より高いクオリティを目指すウォーターコートメールマガジン

# NMぱれす

発行日：2003.2.1 Vol~13

発行責任者：株式会社エヌエムウォーターコート 車関連事業部 松井正己

TEL0776-24-3428 FAX0776-24-3150 <http://www.watercoat.co.jp> E-mail: m.matsui@watercoat.co.jp

## 施工店紹介

## ホンダクリオ福井様

ウォーターコートを導入して4年

## サービス来場件数アップは、順調に推移！

### 1999年1月より全5拠点にてスタート！

今回、サービス部長兼本店店長の吉越様にインタビューしました。ホンダクリオ福井は、これまで体質的にサービス部門は弱くサービスカバー率が低いため次の車検や代替までになかなか結びつかなかったのが事実でした。担当セールスの退職後、次のセールスに十分な引継ぎが出来なくて「売ったら売りっぱなし」状態の顧客等が発生したり、定期的な接触がない為、代替や車検が他社へ流れたりで、まったく恥ずかしい状態でした。1999年1月私共、グループが開発したウォーターコートを導入し



サービス部長 吉越重夫様

ました。このシステムの狙いとしている「顧客の囲い込み」手段としての「洗車会員」制度を活用し、定期的なサービス来場をシステム的に行なうことにより、顧客との接点を増やし、結果的には、車検の受注、代替へと導かれるようにと、全拠点一斉にスタートしました。当初の方針として、これまで新車仕上げはワックス仕上げをしておりましたが、今後は、すべてウォーターコート仕上げとし、契約者には引き続き「洗車会員」として入会をお誘いする方式で展開しました。また、新車納車後1年以内の既納客を重点に、セールスのアフターフォロー活動に組み入れ、加入活動を推進してきました。

### 初年度は好調な出だし！

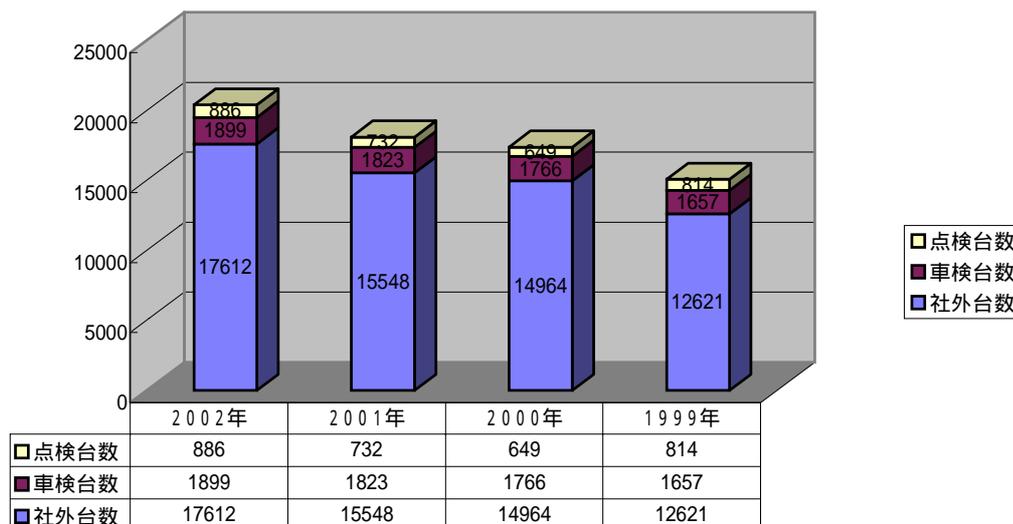
初年度は、全社キャンペーンをはり、積極的な活動を実施したお陰で、法人トータル1,297件のWC入庫を獲得できました。また2年目は、初年度のキャンペーン疲れが出るかと思いましたが、法人トータル2,304件のWC入庫があり、勢いがまだ残っていたのに、一安心しました。3年目に入ると、2年間の会員期限切れが発生し、継続の作業が始まりましたが、WCの良さを十分理解されたお客様約60%は、



ホンダクリオ福井本社

引き続き継続していただきました。継続と新規が加わり 3 年目は 2,304 件と微増ではありましたが、確実にサービス入庫へと繋がってきました。もし、WC を導入しなかったらこの分の入庫はなかったと思うとゾーッとするくらい、サービス入庫件数の純増としては大変大きな数字です。以下はその 4 年間のサービス入庫件数の推移です。

ホンダクリオ福井サービス入庫状況(単位 = 台数)



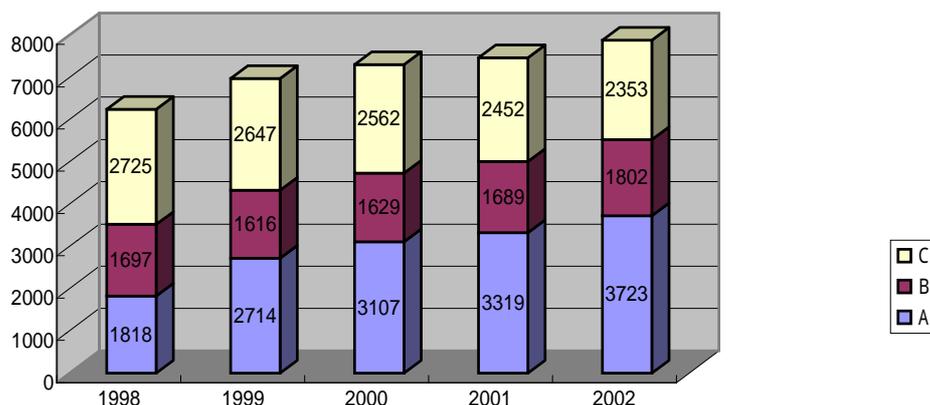
上記の様に、社外台数（一般整備入庫台数）は、WC 導入時（1999 年）から年々確実に入庫件数は上がって、2002 年では導入時に対して約 39.5% のアップとなりました。しかしその伸びに対して、点検、車検の入庫率が微増なのは、せっかく洗車会員として入庫され、数多いビジネスチャンスがありながら、まだ十分モノに出来てないケースがあります。今後は、この点が我社の課題になってきます。

### 「ABC 分析」は確かに大きな変化がみられた

Honda は、メーカー指導の一つの物差しとして、「ABC 分析」という企業の体質評価基準があります。全管理既納客を大きく三つの分け方をします。その方法は、A ゾーンユーザー：1 年間に 2 回以上のサービス売上が有る、B ゾーンユーザー：1 年間に 1 回のサービス売上が有る、C ゾーンユーザー：1 年間にサービス売上が 1 回も無し、というように、サービス入庫状況をチェックし 3 段階にて評価します。上記の様に、1 年間に 1 度もユーザーとのサービスでの接触が無いユーザーは、要注意で、今後車検、代替へと繋がることは難しいと判断します。その為、C ゾーンユーザーを減らし、A ゾーンユーザーを増やすために、これまで、私共も、担当営業マンの基本活動はもちろん、全社的に、サービス入庫促進のための施策を打ち出し、必死で取り組んできました。しかしながら、ユーザーにとって、基本的に車の故障は先ず無い為、サービス工場への用はありませんし、定期的なオイル交換にしても、割引券、時には無料券等を発行しても、「給油の際、ついでに交換してしまった」という、ユーザーもあり、単発的な施策を講じても、一時的で長続きしない事も分か

ってきました。その点、WCの「洗車会員」システムは、間違いなく定期的な入庫へと繋がって来たことが、下記のグラフで確認できます。しかし、まだまだ100%の会員が定期入庫してもらっているわけではありません。これも今後の課題ですが、サービスメンテ入庫の徹底管理が必要です。

ホンダクリオ福井ABC分析 (単位 = 台数)



	2002年12月	2001年12月	2000年12月	1999年12月	1998年12月
□ C	2353	2452	2562	2647	2725
■ B	1802	1689	1629	1616	1697
■ A	3723	3319	3107	2714	1818

### 取材した野路の感想

ホンダクリオ福井は、(株)エヌエムの母体でもあるので、当然モデルになるような企業として手本を示してもらいたいと、常々、担当の吉越部長にはプレッシャーを与えてきました。5拠点のみますと、まだまだバラツキはありますが、導入後、4年間の状況は、先ずサービス全体、活気は出てきており、特に土日等は洗車ピットがフル回転の時も見受けられます。しかし、各店の工場長に状況を聞いてみると、会員のメンテ入庫が、こちらの都合の良い日に計画入庫が出来ていないユーザーもあり、当初の計画からは、ズレが生じてきているのも事実だと言っております。会員の管理面が今後各拠点共通の課題のようです。しかしながら、この時期、順調なサービス入庫を確保することが出来た事は、こうして継続してみても、私共が提唱してきた定期的な接点を保つという、囲い込みシステムとしての洗車会員制度は、間違いなく成果を挙げることが実証できていることが分かり、今後の活動に、大いに自信をつけさせてくれました。

### ホンダクリオ福井プロフィール

会社名：株式会社ホンダクリオ福井 本社住所：福井県福井市御幸4丁目11の22  
 代表者：代表取締役社長 松井 昇 本社：TEL(0776)23-3480FAX(0776)27-4785  
 創業：昭和35年1月、設立：昭和60年10月、拠点：本店、中央店、武生店、敦賀店  
 オートテラス店、計5拠点