

キャラクターを全面に出した 店作りで女性の集客に成功！



大賀社長

オートファイル（大賀伸二社長）は、オリジナルキャラクター「テンテン」（招き猫）を全面に打ち出したサービスマスショップ「テンテン工房」を新規出店。地元での圧倒的な人気を背景に、女性ユーザーの集客に成功している。

大賀社長はメカニックから出発し、中古車販売店で営業経験を積み、自らの顧客を徐々に増やしていき、95年11月に広島県福山市でオートファイルを設定した。当時の環境はバブルが崩壊し、どん底の経済環境の中でのスタートとなったが、中販店時代のお客様との信頼関係を元に、地道に顧客を増やしていった。独立した当初は大賀社長が1人で販売を担当し、月12台前後を販売していたが、今では全社で45〜50台を販売するまでに成長した。

当初は中古車を主体に販売してきたが、04年頃から新車比率が増えてきたという。新車を買って長く乗る傾向が出てきたからだ。そのため、現在の販売比率は新車6対中古車4の割合になっている。

しかし、大賀社長によれば「中古車のほうが利幅が大きく、買換えサイクルも早いので利益面からはマイナス」とのこと。それを補うため新車オプションのボディコーティングとカーフィルム、カーナビを積極的に販売している。ナビは月平均20台販売しており、ボディコーティングも80%の施工率を誇っている。

これは極めて高い比率だが、「お客様との信頼関係で商売をしているので、お薦めすることで多くの方が施工されます」と大賀社長は当然といった体だ。「もちろん、当社としても自信を持ってお薦めできる商品を厳選して推奨しています。ガラス系コーティングは値段は高いですが、それを買っていただけることが信頼の証しと捉えています」ときっぱり話す。

また、販売戦略の一環として、車両購入者には4000km毎の交換を基準とした「オイル交換永久無料サービス」を実施している。これにより、車両の販売促進を図るとともに、顧

客の囲い込みを実現。次回の車検入庫や買換え需要を獲得することを目的としている。

宣伝部長！「テンテン」誕生

同社には、大賀社長が「うちの宣伝部長」と呼ぶ、オリジナルキャラクターの「招き猫」がいる。その名は「テンテン」。自動車雑誌で名前を募集したところ、平成10年10月10日生れということもあり、テンテンに決定した。

大賀社長の話では「キャラクターのいる車屋は福山にはない」そう、テンテンが誕生したことを機に、同



昨年リニューアルした本社。同社は本社7名+テンテン工房17名で計24名で運営している。

社ではキャラクターを全面に出して売っていくことを決意し、社員にも大号令を掛けた。ノボリ、看板、人形、ステッカー、などの宣伝ツールをはじめ、車両購入者にはエプロンを掛け、車両購入者にはエプロンを掛け、たぬいぐるみをプレゼント。車検客にはキーホルダーをプレゼントするほか、携帯ストラップ、タオル、ハンカチ、サンバイザー、さらには車検証入れ、封筒、請求書にもすべてテンテンを入れて製作した。10～11月の期間限定でエコバッグも6000個製作してプレゼントする計画だ。

テンテンは女性や小さな子供の人



キャラクターを全面に打ち出した「テンテン工房」をオープン。「女性が一人でも来れる店」をコンセプトに、ヨーロッパ調の店舗と作業場を道路に面して設置。

気者で、小さな子が「テンテンの車屋さんに行く」というほど地元では親しまれる存在になっている。そのため、2号店の出店にあたっては、オートファイルの名前は出さず、テンテンを全面に打ち出した店作りを行った。

「女性が一人でも来れる店」をコンセプトに入庫拡大に成功

04年1月にオープンした「テンテン工房」は、ガソリン価格が高騰し、車販や用品販売が低迷する中にあって、サービス需要の取り込みを狙いに出店したサービスショップである。「他社販売客であつても、サービスでなら取り込める」（大賀社長）と考えて、福山市内では一等地の自動車街に400坪の土地を確保し、3億円を投じて「一見客を取る店」として完成させた。



テメはすローキ変
ンにはエギ年
者入ゼンのラ
人購ブレのし
の車みぐる水
ぬいぐるみは
の色は風水を
ンカラー採用
え



「女性が一人でも来れる店」をコンセプトとし、ヨーロッパ調の店舗と作業場を道路に面して設置。作業場はオープンスペースで道路からもよく見える設計となっている。

月間入庫台数は、車検2000、整備4000、5000台で、サービスの来店者数は7000～8000人にのぼる。そのうちの70%が女性で、所期の狙いどおりに女性ユーザーの集客に成功している。

同社では、洗車まで含めて1時間で完成させる「45分立会い車検」を実施しており、車検の獲得に威力を発揮しているが、大賀社長は「車検

はプラスアルファで、追加整備と一般修理の取れる店になりたい」という。「追加整備や一般修理で来店すれば、車検でも、点検でも入りますし、収益面でも車検よりも利益率が高いので効率的」というのがその理由だ。

そのための仕掛けとして、例えば8月は毎週木曜日に「オイル交換半額サービス」を実施して来店を促進し、そこから追加整備や一般修理につなげる作戦を展開している。こうした取り組みが功を奏し、近隣の車検FCへの入庫車が後日整備で来店することも珍しくないという。

大賀社長は「お客様が来なければ淘汰されていく」という強い危機意識を持っている。

「昨今は原油価格が上昇して仕入れが上がついていきますので、売上を追求しないと利幅が取れなくなっています。そのためには数を売る必要がありますが、保有台数が減少している環境下では、他社客を取るしかありません。そうしないと、来店も入庫も増えず、やがては淘汰されてしまうからです。車検は2～3年に1度、保険は1年に1度の更新があり、仕事の量はあるわけですから、それをいかに取っていくかが課題です。最近では勝ち組と負け組の二極化が進んで

いると言われますが、それをさらに早めていくことが生き残りの道だと思います」と力強く語っている。

スピード、価格、接客がキー

同社は生き残りに向けて「スピード、価格、接客」を重視している。

その一環として、テンテン工房のオープン時から短時間・低価格の立会い車検を実施しており、それと同時に、メカニックがお客様を出迎えて見送る体制を構築している。

車検・点検で来店したお客様をフロントで受け付けた後は、担当メカニックが自己紹介したうえで問診を

行い、点検実施後に必要な整備情報を実車で説明する。女性客は物珍しさも手伝って、車の中を覗き込んで見ている人もいるという。

その際にはメカニックは全員インカムを着けて、無線でフロントに必要な部品情報を伝達する。これを常駐している部品商がチェックし、部品料金を検算してフロントに伝達。メカニックが整備内容をお客様に説明している間に、フロントは見積りを作成する。これにより、車検に通る箇所通らない箇所を説明しながら、料金を明瞭に提示できるので、お客様は予算に応じて整備内容を選択できる仕組みを築いている。

「スピードと価格に加えて、メカニックが説明することで安心感が芽生えて信頼感を向上する」ことを目的に実施している。それだけに一度来店し

た人のリピート率も高く、新規出店でありながら、ほとんどが紹介によって顧客数が増えている。

ソフトで勝負すれば勝てる テンテン工房の多店舗化を計画

テンテン工房のオープンにより順調に顧客数を伸ばしているが、大賀社長は「ディーラーにお客様を取られるのが一番怖い」という。その心は「ディーラーには看板だけで行ってしまう面があるから」と話す。

しかし、その一方で「ディーラーがすべてではない」と自らを鼓舞する。

「ディーラーには資本力では負けませんが、アイデアでは勝てます。ディーラーはハードは立派ですが、ソフトが弱いので、ソフトで勝負すれば絶対に勝てます。そのためには社員教育を徹底して、来店されたお客様に満足して帰っていただくことです。私は、技術のことは事細かには言いませんが、挨拶と整理整頓は徹底させています。「社長がいない時は挨拶がなかった」ということは絶対に許しません。そのために、私自身がお客様の声を聞くようにしています。暇な時だけでなく、忙しい時でも、にこやかな対応ができるかが課題です。



お客様対応を向上する「接客」が店の死命を制する。

そのためにはルールを習慣になるまで徹底することです」として、社員には、人として、社会人として、どうあるべきかを常に教え込んでいく気構えで接している。

また、お客様にもっと身近にご利用いただける環境を整えて密着していくため、テンテン工房の多店舗展開を計画している。福山市内の東西南北に出店する構想で、まずは南地区に2号店を出店したい意向だ。

店舗展開を完成させたあかつきには、大賀社長は本部機能（人材教育、仕入れ、店舗指導）に徹し、店舗経営はヤル気のある社員に任せる方針だ。「そのほうが社員もやりがいが出ると 생각합니다。全員に平等にチャンスを与えて、そのチャンスを掴みとる人間になってほしいと願っています」と社員と共に会社を成長させていく考えである。



清潔感のある店内。カウンター席からはガラス越しに作業風景が見える設計になっている。