

2013年6月総括

コーティングが軸となり、お客様が予約をされて来店するので、雨が降ってもキャンセルにはならず、6月の梅雨時期ですが大きな落込みもなく、運営ができるようになってきました。全体で昨対比137%。前年の実績がある店舗で昨対比124%です。

クリスタルキーパーのリピート施工や、ダイヤモンドキーパーの新車施工が増加しています。ほとんどの方が、あらかじめWebを見て、メニューを決めて来られます。これは、スマートフォンの普及も大きく関係しているようです。店舗の活動として、店舗情報やフォトログなどをこまめに更新し、新しい情報を載せることが重要です。

キーパーラボ札幌店が、3ヶ月連続のトップをとりました。札幌店は高い技術力を維持し、しっかりとした商品を提供しているため、お客様の「口コミ」によるご紹介の来店、商品に満足されて「リピート」のお客様の来店が非常に多いです。それに付け加え、Webからの来店が「新規顧客」と「リピート顧客」にも大きな力になっています。

8/1(木)~31(土)に開催される「第12回 2013年夏のキーパー選手権」も、もう目の前に迫っています。灼熱の夏をぜひ一緒に盛り上げてください。よろしくお祈りいたします。

東日本事業本部 賀来聡介

※この表はLABO直営店とFCの高松西店(計30店舗)の数字です。 ※ダイヤ・アクアの台数に、メンテナンスは含まれていません。

6月	コーティング台数(台)			売上金額(円)				板金・その他(円)	合計(円)	前年対比(%)	人時生産(円/時)	順位
	ピュアキーパー	クリスタルキーパー	ダイヤ・アクア	一般		業販	洗車・コーティング					
				アラカルト	室内関連							
①札幌店	61	118	20	4,436,426	932,494	291,676	563,009	1,247,006	7,470,611	155%	5,645	1
②さいたま店	11	69	34	2,992,047	317,554	54,247	0	2,219	3,366,067	—	5,104	18
③浦和美園店	13	59	13	2,654,211	581,128	115,623	38,907	8,102	3,397,971	80%	5,355	17
④草加店	18	50	18	3,185,528	611,891	127,933	50,202	58,745	4,034,299	—	4,987	12
⑤船橋店	16	33	13	1,661,390	235,849	43,105	0	772	1,941,116	—	4,091	29
⑥柏店	18	39	10	2,294,472	506,818	171,960	26,192	111,996	3,111,438	142%	5,269	25
⑦松戸店	31	46	13	2,728,492	653,895	264,054	125,507	632,774	4,404,722	117%	5,216	7
⑧松戸東店	25	49	6	2,238,515	477,272	188,179	43,000	167,520	3,114,486	109%	4,781	24
⑨足立店	47	103	19	4,928,679	977,480	474,373	465,239	252,261	7,098,032	125%	6,003	2
⑩板橋店	47	63	18	3,993,518	864,105	286,679	0	31,324	5,175,626	110%	5,691	4
⑪世田谷店	9	48	13	1,840,973	437,143	77,831	21,468	8,858	2,386,273	—	3,886	28
⑫八王子店	42	87	20	4,233,369	1,155,024	273,064	170,974	6,168	5,838,599	115%	5,705	3
⑬相模原店	33	52	13	3,068,351	860,500	275,475	0	0	4,204,326	112%	4,912	10
⑭上溝店	29	46	16	3,338,370	660,601	248,872	0	17,782	4,265,625	138%	5,218	8
⑮豊田店	21	51	14	2,751,662	601,126	143,465	97,319	6,539	3,600,111	117%	4,976	16
⑯岡崎店	44	59	13	3,242,707	936,092	301,183	135,061	61,953	4,676,996	126%	5,075	5
⑰安城店	46	43	18	3,003,662	928,899	229,763	59,830	40,269	4,262,423	124%	5,126	9
⑱知立店	37	41	14	2,128,674	605,729	249,929	288,971	29,917	3,303,220	134%	4,815	21
⑲刈谷店	31	53	8	2,623,688	829,855	245,641	94,492	130,719	3,924,395	113%	4,642	14
⑳大府店	31	40	10	2,670,709	759,645	251,539	23,296	45,487	3,750,676	128%	4,622	15
㉑テクノカル店	0	6	0	157,271	64,805	4,668	0	1,709,507	1,936,701	109%	2,779	30
㉒東海店	77	45	10	3,034,497	1,044,574	215,590	103,075	38,134	4,435,870	137%	5,281	6
㉓鳴海店	27	31	20	2,115,683	506,297	175,408	489,245	60,529	3,347,162	136%	4,688	19
㉔大須店	8	48	25	2,701,454	590,027	145,374	575,240	50,063	4,062,158	125%	5,359	11
㉕中川店	24	40	11	2,405,438	607,861	147,542	176,793	3,526	3,341,160	126%	4,972	20
㉖葺島寺店	40	42	12	2,545,433	332,246	155,588	105,663	109,369	3,248,299	118%	5,028	23
㉗一宮店	24	33	13	2,155,860	470,561	131,390	81,897	24,784	2,864,492	133%	4,525	27
㉘鈴鹿店	42	50	16	2,949,923	675,623	226,366	127,936	28,651	4,008,499	131%	4,755	13
㉙新湊店	26	51	9	2,184,950	634,412	89,211	69,804	1,773	2,980,150	114%	4,354	26
㉚高松西店	69	33	5	2,263,801	780,260	88,627	0	145,325	3,278,013	118%	4,680	22
総合計	947	1,528	424	82,530,203	19,639,766	5,694,355	3,933,120	5,032,072	116,829,516	—	4,918	
前年対比	101%	135%	152%	148%	128%	127%	65%	143%	137%★124%		110%	

★前年実績のある店舗のみの値です。

ピックアップインタビュー

KeepPer LABO 札幌店

キーパーラボ札幌店が、全体として前年比120%以上の成長をしているラボ全店をぶち抜き、4月約900万、5月約800万、6月約750万と、3ヶ月連続の全店トップになっている。

今、札幌店に何が起きているのか。実績の数字に基づきながら、瀧澤店長に話を聞いた。

●3ヶ月トータルで付加価値前年比146%

札幌では雪が溶けて春になる4月に札幌店が全体のトップになることはたびたびだが、今年のように4月5月、そして6月になっても高い水準の売上が維持され、3ヶ月連続してトップになったのは初めてだ。3ヶ月トータルで24,515,069円の付加価値を売上げ、前年対比146%。ひと月あたり2,586,119円の増収は、大きな収益改善となった(図1)。

●下請け仕事は増えず、しかし板金塗装は「見積り」でかなり増えた

近所のカーディーラーなど業者からの下請け仕事を「業販」と呼んでいるが、この部分は毎年少しずつ減っている。一方、板金塗装は順調に伸びてきて毎月100~120万円の粗利益を稼ぎ、重要な収益の一つになっている。

●収益の大幅アップの主役は、ダイヤとクリスタルキーパーの大幅増加

収益の大幅なアップは、当然ダイヤモンドキーパーとクリスタルキーパーの施工台数の大幅な増加が主たる要因だ。3ヶ月の平均値で、しかも乱暴に計算すると、クリスタルキーパーが1ヶ月平均132-87=45台増えているので、45台×20,000円=900,000円。ダイヤモンドキーパーが1ヶ月平均23-13=10台増えて、10台×50,000円=500,000円。両方ともアラカルトが平均7,000円付随するので、55台×7,000円=385,000円。

3ヶ月連続でNo.1。今、札幌店に何が起きているのか?

900,000円+500,000円+385,000円=1,785,000円となり、ひと月平均2,586,119円の増収の約3分の2がコーティングに関わる収益増に寄っている(図2)。

●コーティング施工台数の大幅増加は、リピート施工増もあるが新規の施工台数増が大きい

札幌店はクリスタルキーパーのリピート率が70%であるため、図2より、(前年実績)87台×(リピート率)0.7=(リピート台数)61台(今年実績)137台-(リピート台数)61台=(新規施工台数)76台

驚くことに、今年3ヶ月の平均クリスタルキーパー施工台数132台のうち、リピート施工は61台に過ぎず、残り76台は新規施工だ。加えてダイヤモンドキーパーは基本的に新規施工であるため、クリスタル76台+ダイヤ23台=99台が新規施工である。

●新規客が月約120件前後。90%がインターネットで来店、多くが商品を決めている

ここ数ヶ月、新規のお客様がひと月に約120人来店、その8、9割の約100人がインターネットから来店している。来店問合せからの成約率は9割。「雪が多く、冬の間洗車の回数が減ってしまったら、スノーブラシで傷ついたりするため、お客様のほとんどはクリスタルキーパーをやりたいと思ってきています。だから「やらせてください」ではなく、「お任せください」とぼんと背中を押してあげる。ここがポイントです」。

●新規施工は新規のお客様。インターネットでのご来店が圧倒的

新規のダイヤ・クリスタルキーパーは、そのほ

(図1)

札幌店	クリスタル			ダイヤ・アクア			総労働時間	洗車・コーティング/アラカルト	板金・その他	合計	前年同月合計	前年対比	人時生産	
	今年	前年	前年比	今年	前年	前年比								
4月	157	114	138%	24	11	218%	1,367	7,391,894	572,916	1,050,518	9,015,328	6,357,777	142%	6,595
5月	120	72	167%	26	17	153%	1,291	6,227,975	644,626	1,156,529	8,029,130	5,666,288	142%	6,219
6月	118	75	157%	20	11	182%	1,324	5,660,596	563,009	1,247,006	7,470,611	4,807,343	155%	5,645
3ヶ月合計	395	261	151%	70	39	179%	3,982	19,280,465	1,780,551	3,454,053	24,515,069	16,831,408	146%	6,153

(図2)

札幌店	クリスタル			ダイヤ・アクア			クリスタル+ダイヤ・アクア		
	今年	前年	前年比	今年	前年	前年比	今年	前年	前年比
4月	157	114	138%	24	11	218%	181	125	145%
5月	120	72	167%	26	17	153%	146	89	164%
6月	118	75	157%	20	11	182%	138	86	160%
3ヶ月合計	395	261	151%	70	39	179%	465	300	155%
平均	132	87	151%	23	13	179%	155	100	155%

とんどが新規のお客様で占められている。最近はお口ミでの新規が増えている(10%程度)。また店舗、看板を見ての新規ご来店(10%程度)もある。しかしやはりインターネットからの新規が80%以上であり、ダイヤ・クリスタルキーパーの施工台数の大幅増加に寄与しているのは、インターネットの働きと結論付けることになるだろう。

●アクセス数、LABO全店中トップ

今年になってから新聞折込チラシやポスティングなどはしていない。インターネットのラボ札幌店へのアクセス数はラボの中でも一番多く、最近では毎月7,000アクセスを越す。これは北海道がインターネットを日本で一番多く利用する地域であること、札幌店が北海道のラボとしては軒先が近いことが考えられる。検索サイトで「コーティング、北海道」「洗車、札幌」などで検索するといつもトップに札幌店が来る。

●閲覧ページ数が2倍に。店舗ページが充実

特徴的なのは、アクセス数は増えているがユニークユーザー(閲覧者数)はさして増えていないこと。つまりこれは札幌店のホームページ訪問者が、商品や店舗案内のページなど、たくさんページを見ているということだ。

ホームページはユーザーに訪問してもらうことが目的ではなく、店舗や商品の情報をユーザーが得て、「来店」あるいは「問合せ」してもらうことが目的。だからページ閲覧数が増えたことによってアクセス数が増えたのは、非常に良い傾向である。店舗ページの充実が重要であることは言うまでもない。ちなみに札幌店のWeb活動は毎月ブログ20回、フォトログ毎月60台くらいをコンスタントにアップし続けている。

●あくまでも近郊からのご来店。札幌市内80%、近郊10%、遠方10%

インターネットからのご来店というと、遠方からの来店が多いと想像するがまったく逆だ。瀧澤店長の感覚では「札幌市内80%、近郊10%、遠方10%」。札幌市内でも、札幌店の半径数kmの狭い範囲からのご来店が多いようだ。

北海道・札幌市においても、まだまだマーケットに充分な余裕がある。



瀧澤店長コメント
おとこの秋口から、冬前に「雪からクルマを守る」のが目的でコーティングをする人が増えました!

