

株式会社ヤマグチ (でんかのヤマグチ)

量販店に負けない便利な電気屋「トンデ行くヤマグチ」

おもてなし経営のポイント

- ❖ 困りごとを親身に解決することで生まれる、顧客との信頼関係
- ❖ 日次決算により売れ筋を把握、顧客情報を細かく管理



経営理念と企業文化

でんかのヤマグチは、「まちの電気屋さん」として、商圈を東京都町田市・神奈川県相模原市とその周辺に絞って地域密着型の経営をしており、40%に迫る高い粗利率を達成していることでも注目が集まる。16年前、町田市に大手の家電量販店が続々と進出し、代表取締役の山口勉氏は眠れない日々を過ごした。考え抜いて出した結論は「高売りによる粗利率の増大」。常識を覆す方向転換だった。

大切にしたのは「お客さまにとことん喜んでもらう」こと。中でも特徴的なのは、「でんかのヤマグチはトンデ行きます」を合言葉に、御用聞きサービスに力を入れ、「ちょっとしたお困りごと」に喜んでこたえている点だ。たとえば、顧客の犬を代わりに散歩したり、通りがかった営業車をタクシーとして使ってもらったりと、「何でも屋さん」の役割を無料で担っている

ことだ。「遠くの親戚よりも近くのヤマグチ」という関係が顧客との間に生まれている。さらに、毎週末および毎月恒例のさまざまなイベント開催も、顧客との親密度を高めている。

また、「徹底した顧客の絞り込み」、「細やかな顧客情報管理」、「日次の粗利計算による情報」と、緻密な経営管理も両立することで、好業績につなげている。「高売り」を始める際、まず「累計購買額」と「最終購入時期」によって顧客を分類。累計購買額が高く、購入時期も近い顧客を中心に営業することにした。そして、5年以上取引のない顧客は思い切ってリストから外し、絞り込んだ顧客に集中してアプローチできる体制を整えた。

顧客管理台帳には「その家に、何年前に買ったどんな家電製品があり、家族構成はこうである」といった情報が丁寧に更新されており、どの家庭でこういった商品がいつ必要になるかを事前に把握できる。また、ヤ

マグチでは日次決算を行っており、売れ筋や消費動向をいち早く察知したり、社員ごとの粗利率を把握してフィードバックしたりすることで、社員のやる気を引き出している。

でんかのヤマグチは、地域に密着して顧客にとことん喜んでもらう「便利な電気店」という側面と、緻密な経営管理の両輪によって、非常に高いおもてなしと粗利率を実現している。

講演者紹介



株式会社ヤマグチ
(でんかのヤマグチ)
代表取締役

山口 勉氏

1942年東京都町田市生まれ。1965年松下通信工業(現:パナソニック)退職。電器店での修行後、東京都町田市に「でんかのヤマグチ」をオープン。現在に至る。「お客様にトコトン尽くし、心の商いを実践する」をモットーに、独自の取組で、相次ぎ進出した家電量販店に対抗。店舗自体は売場面積150坪程度と大手量販店には敵わないが、地域に密着し、独自の顧客管理手法で、お客様の絶大な支持を得ている家電店であり、テレビ、雑誌など多くのマスコミに取り上げられている。

会社概要

・法人名:株式会社ヤマグチ (でんかのヤマグチ)

・代表者:山口 勉 代表取締役

・所在地:東京都町田市木曽東4-19-18

・設立年月:1965年5月創業

・ホームページ:<http://www.d-yamaguchi.co.jp/>

・事業内容:家庭用電化製品、OA・HA機器、空調設備機器、住宅設備機器、太陽光発電、火のないエコキュート・

IHクッキングヒーター、住まいのリフォームの販売、設計、施工

・社員数:正規40名、パート・アルバイトなど10名