

顧客満足が達成感に 社員の学習と成長を促す

株式会社ピア
代表取締役

松原 隆光 氏



1984年に創業され、「トータルカーライフサポート」を掲げて発展してこられました。

もともと事業をしたいという思いがあり、28歳で脱サラし、富山市掛尾で「プロフェッショナルゾーン・ピア」を開店しました。ハイエンドのアルミホイールや高級カーオーディオなどを専門に扱うショップです。

自動車が広く普及した頃でした

が、他店で取り付けられた用品を見ると、雑な仕事も多く、もっとトータルにサービスを提供したいと、カー用品全般を扱うボランティアチェーン「イエローハット」の富山店を1988年に、北陸で初めてオープンしました。現在では富山県内5店舗、石川県に3店舗を展開し、钣金修理や車検のニーズにも応えるため工場も備えています。

「チラシ撒かず口コミ重視」

御社の特徴を教えてください。

チラシ広告をやめ、口コミによる集客を基本としています。通常、新聞折り込みなどのチラシは集客の基礎になりますが、そこでお客様が期待するのは価格だけです。当社も以前はチラシに随分とお金をかけましたが、価格競争が厳しくなるばかり。一方、お客様も来店して「これ下さい」で終わりです。本当に必要なものか、満足できる商品かは使ってみるまで分かりません。

お客様が期待するものには、商品の価格、納期、品質、接客、アフターサービスなど色々な要素があります。当社ではお客様の車とカーライフを考えて、ご要望をヒアリングし、それに合った商品を提案します。それが当社の品質であると社員に常々言っています。価格はその結果で、チラシによる集客とは全く逆の販売プロセスになるのです。

2010年にはサービス産業生産性協議会の「第9回ハイサービス日本300選」に選ばれています。

法人車両を対象に始めた「ピア・ワンストップ・ソリューション」が評価されました。その頃、リーマンショックがありました。企業は人件費をはじめ、色々コスト削減に努力しましたが、車にかかる経費は意外と分かっておらず、社有車が10台あったら、10台合わせて年間維持費を計上しているのがほとんどです。

しかし、車種や使い方の違いによって、走行1kmあたりの平均コストを出すと、大きな差があるのです。1台ごとの情報を管理できる「車両管理システム」を開発し、事業展開しました。そして、

車（ドライバー）ごとの営業成績も重ねて、費用対効果もパソコンで見えるようにしました。

「車両情報の“見える化”」

個人向けサービスから法人向けサービスへの展開ですね。

このシステムの営業を通じて、法人のお客様との取引が増えました。車検、修理、そして用品も取り扱っていますので、トータルでサポートできるのが強みです。

さらに、このシステムを運用する中で車の稼働時間も見えてきました。1日8時間の営業時間の内、車が動いているのは平均して2～3時間程度。そこで「社内カーシェアリングシステム」を開発しました。担当や部署ごとに保有している社有車を社内でも共有することで、保有数を削減できます。

もう一つ、「代車管理システム」も開発しました。钣金修理や車検を手掛けると、当社でも70～80台の代車を保有していますが、その稼働が把握できていない。修理部門の業績が悪いと、担当者が「代車が足りない」と言うことがあります。よく聞くと代車が1週間出たまま。一方、回転の良い店は2～3日で回しています。

代車の回転の良い店はそれだけ生産性が高いわけで収益が上がりますし、修理が早いことはお客様の満足につながります。

昨年1年、自社でテスト運用し

ながらブラッシュアップしてきました。そしてこの1月から新サービスとして販売を開始しました。

社員教育はどうされていますか。

会社の成長のベースは社員の学習と成長です。学習によって良い仕事ができ、良い仕事は顧客満足に繋がり、顧客満足は会社の財務内容を良くし、自分へのリターンがある、と説明しています。

当社の集客の基本である口コミは、マーケティング調査で「1人の満足は7人に広がり、1人の不満足は66人に広がる」というデータがあります。この1人1人の満足のお客様をいかに作っていくかということに尽きます。

そのためには能動的に動かなければいけません。お客様にアプローチしてカーライフをリサーチし、瞬時に品質の良いサービスを提案する必要があります。知識と技量が必要です。お客様に品質の高いサービスを提供し、満足度を高めることで、自分の達成感も得られます。嬉しいことに、サービスした担当者の元へ、よくお客様から感謝のお手紙をいただきます。

実際にはどのような取り組みを？

全社員が目標達成シートを作成し、店長とのミーティングを繰り返して、進捗をチェックしています。

また、マトリックス組織を導入し、各店の店長はタイヤ、オーディオなど各部門の統括を兼務する体制をとっています。例えば富山

東店の店長はタイヤ部門の統括を兼任し、全店舗のタイヤ販売の戦略遂行の責任を負っています。

各メンバーには部門統括と店舗店長の2人のリーダーがいることになりませんが、統括が優先します。店長の役割は部門毎の戦略を実践させるためのサポートです。店長会では各統括からそれぞれの店舗に戦略が伝えられ、店長は他店のメンバーにも統括部門の数字を上げてもらわなくてはならないので、店長会で各店の事例や問題点を話し合い、情報が全社にスムーズに流れるようになりました。

今後の展望をお聞かせ下さい。

当社の使命は道路交通法に基づき、自動車を通じて社会貢献していくことです。今後も変わりません。一方、少子化はマーケットの縮小につながります。車、国内に限らず、広く社会に貢献できる企業でありたいと考えています。

座右の銘を教えてください。

相田みつをの「一生勉強、一生青春」です。経営者として常に学び向上していかなくてはいけないと思っています。

会社概要

株式会社 ピア

創業：1984(昭和59)年
所在地：富山市太郎丸西町2丁目6番地12
資本金：4,900万円
事業内容：自動車・オートバイ用品の販売、車両販売、車検・車両整備、板金・塗装、損害保険代理店、パソコン研修、飲食業
従業員数：116名(2015年1月現在)
売上高：19億5,582万円(2014年2月期)
事業所：イエローハット富山県5店舗・石川県3店舗・板金塗装店2店、テクノクラート(自動車整備工場)、富士通オープンカレッジ、カフェパール・シャンティ

URL：<http://www.pureg.jp/>

略歴

1956(昭和31)年4月生まれ。入善町出身。富山市のタイヤショップに入社し、本社、高岡店、金沢店の店長を務めた後、'84年11月にプロフェッショナルゾーン・ピアを開店。'85年に法人化し現在に至る。2002年富山大経済学部経済学科に社会人入学、'08年同大学院経済学研究科企業経営修士修了(MBA取得)。

