

部品 用品 整備

最新動向

テクノロジー

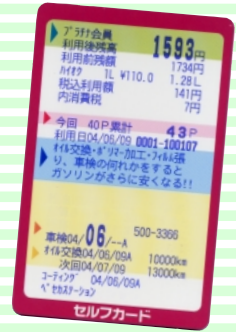
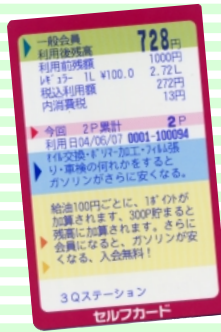
17 整備工場向けセルフ式SS

整備工場の集客・囲い込み策をSS運営を通じて強化



整備工場の敷地の中にセルフ式SSを設置することにより「集客」と「囲い込み」を強化するのが狙いだ。

▶本システムで使用するリライトカードの見本。左が一般会員で、右が車検やオイル交換時期を印字する会員用。



セルフ式SSを“商材”として活用

近年、ガソリンスタンド（以下SS）の数は減少傾向にあるが、平成10年に解禁された「セルフ式SS」は着実に数を増やし、平成16年3月末現在、全国の3,423カ所で運営されている（石油情報センター調べ）。

セルフ式SSは、エンドユーザーの理解の深まり次第でますます増加するとみられるが、そうした中、SS向けの「自動釣り銭機」や「ガソリンペーパー回収装置」などの開発・販売を手掛けるベンチャー企業が、セルフ式SS運営をベースにした整備工場向けビジネスモデルを開発し、今夏よりボランティアによる本格的なFC展開を始めた。

そのコンセプトは、整備工場がSSを“商材”として活用し、整備工場が不得意とされる「集客」と「囲い込み」を強化することを目標に、それを実現する仕組みと設備・運営コストの抑制を両立させたのが大きな特徴だ。

サービス業として広い視野を持つ

セルフ式SSは給油スペースとして最低60坪が必要なので、そこへ給油設備1基を設置して月間ガソリン販売数量を100klとした場合、1台当たり25l給油とみれば来店台数は月間4,000台となる。

開発元では、これを「整備工場にとって“夢のような来店（集客）”」と説明している。

また、囲い込みの強化については「リライト（書き換え型）カード」（写真参照）を軸に行うとしている。この特徴は、現金精算時に「釣り銭蓄積型カード」を活用する点にあり、支払いの際に発生した釣り銭を「預かり金」として次回の利用へ持ち越す仕組みとし、現金を払い戻す代わりにリライトカードへ金額を印字し発行する。

これにより、釣り銭用の資金調達・管理が不要となるだけでなく、次回給油時の再利用を促しリピート率の向上も図れるというのだ。

またリライトカードには、次回の車検時期やオイル交換の目安になる時期などが印字できる会員専用タイプも用意し、顧客情報と車両データをパソコンを使って簡単に管理できる。「整備工場の敷地内にあるSSというイメージがエンドユーザーに定着すれば、管理データに基づいたDMフォローを行うことによるサービス需要の獲得率アップも期待できる」としている。

同システムのFC1号店には金沢市の整備工場が名乗りを上げ、8月オープンに向け着々と準備が進められているが、サービス業としてそのあり方をもっと広い視野でとらえた新たな挑戦に、今後は注目が集まりそうだ。