料金後納

ゆうメール

アトムでんきチェーン本部

2020年 秋号

元気な街の電器屋チェーン
かわら版

皆さんこんにちは！
このたびの豪雨で被災されました方々にはお見舞い申し上げますとともに早期の復興を願ってやみません。被害が大きかった地域のお店様におかれましては被災されたお客様の復興支援や店舗の復興、日常業務への対応と大変ご苦労され、その活動ぶりには敬意を表します。どうか安全に活動を続けていただきたく思います。
さて、世間ではコロナウイルスの影響による種々制限が緩和され経済活動再開に向けて大きく動き出しております。国によるGoToトラベルキャンペーンも実施されておりますが、同時に新型コロナウイルス感染症感染拡大の第2波ともいえる状況が全国的に発生し、感染防止と経済活動の両立がいかに難しいかを身をもって感じております。当チェーンでも7月リアル会議再開で全国でのリアル社長会開催を果たした矢先のこの感染拡大で8月度のリアル会議は大阪のみの開催とし、その他は中止しWEB配信とさせていただきました。今後はまさにWithコロナと言われるようにこのような状況下での運営が求められ、これまでとは違う形でのあり方を模索しているところです。今回の会議におきましても大きく変わる世の中をしっかりと見据え地域電器店ならではの強みを活かしたお店の在り方やお客様サポートについて考える時間を共有しました。

アトムチェーン7月・8月度FC会議（社長会）だより

7月よりリアル会議再開、WEB配信と併用で情報をお届けしています。

主な内容についてご紹介します。

主なプログラム

【製品研修会】
◎日立パッケージエアコン拡販提案
◎シャープテレビ拡販提案
◎フジ医療器衛生水オゾンミスト生成器研修会

【情報・販促支援】
◎自店改善のヒント満載
「男性2.5人で年商1.5億円のお店」の事例公開
◎コロナ禍で改めて見えてきた地域店繁盛のキーポイント
◎エアコン・冷蔵庫キャンペーン結果報告・事例発表
◎加速するオンライン化地域密着型商売での可能性
◎年末個展企画検討

アトム ATOM
まずは、お気軽にお問合せ下さい。詳しい資料をお送りします
0120-54-8419 担当：高橋　FAX 0120-54-8448

【差出人・還付先】大日本印刷株式会社　〒583-0871　大阪府羽曳野市野々上4-6-5 株式会社アトムチェーン本部 内 大日本印刷㈱返送事務局
【発行人】株式会社アトムチェーン本部　〒583-0871　大阪府羽曳野市野々上4-6-5

会議議題ピックアップ♪

「加速するオンライン化、地域店の商売活用への可能性」講演会（お客様を知り尽くしたお店だからできること）

> サポート拠点としてのお店の役割にはお客様へのIT・ICT啓蒙・支援活動や情報提供も、地域電器店の新たなサービスとしての可能性、お客様とのつながりをより深めることにつながる可能性も見えてくる。

このコロナ禍において、新しい生活様式や働き方に欠かせなくなってきたのがオンラインやリモート化といったIT・ICTの活用です。わずか数か月の間に一気に数年先の姿にワープしたといっても過言ではありません。もともと方向としては世界的にもそちらへ進んでいたわけですが、このコロナ禍により一気に加速しました。
コロナ以前よりキャッシュレス化促進やオンライン授業の標準化などは国も推進しておりますが、ここで一気に加速することとなりました。現在耳にする統一QRコード「JPQR」普及事業やマイナポイント事業などはその代表と言えます。コロナによって強力に後押しされているオンライン化に代表されるIT・ICT活用ですが、この流れを我々地域の電器店（事業者）も利用しない手はないと考えます。もちろんすべてのことがオンラインで解決はしません。対面必須の業務も多くあり、それらは我々が得意とするところでもあります。我々としてはオンラインへ切り替えるということでなく、我々の強みである地域密着、お客様との強いつながりを生かしながら、そこにオンラインのメリットを付加していくということです。
スマホの利用率は60代では7割を超え、70代でも4割と言われています。LINEアプリを使って離れた家族とコミュニケーションをとったりということも行われるようになっています。このような環境を商売に積極的に活用しないのはもったいないことと感じています。今回の講演ではお客様を知り尽くしたお店だからこそのオンライン活用の可能性についての演題でお話をいただき、皆で考える機会としました。地域密着、お客様との強いつながりがあるからこそ、我々地域電器店が今こそ地域のお客様のサポート拠点としての役割を、国が推進するIT・ICT化の流れを積極的に活用しながら担っていくことで新たなサービス提供の可能性、さらなる関係性強化の可能性が見えてくることを確認しあいました。

コロナ禍で改めて見えてきた地域店商売繁盛のキーポイント

各お店様の活動事例を共有する中で、この一連の厳しい状況下でもお店のアクションに対しお客様がしっかり反応していただき、改めてお客様とのつながりのありがたさを感じたという声を多くのお店様からいただきました。同時に普段からお客様とのつながり・絆作りに積極的に取り組まれているお店様ほどお客様の反応が大きくそのようなお客様を多くお持ちのお店様は、このような状況下でも安定した商売をされているということを改めて感じることができました。そのことから日々お客様とのつながり（絆）を強固にする活動が地域店の商売繁盛・持続につながるキーポイントになるのではないでしょうか。このことを踏まえお客様とのつながりをさらに強固にするためにお店が提供できる価値は何なのかを明確にして、お客様にきちんとお伝えし、時流に合わせその価値の伝達や提供方法を多様化し、お客様とのつながりを深め、つながる数を増やしていく事が安定経営、ひいてはお店の持続につながっていくものと考えます。今はお店も変化しやすく、その変化をお客様も受け入れやすくなっている時期と言えます。皆さんも今のこの時期をチャンスと捉え今一度商売を見つめ直し、維持すべきこと、変えるべきこと、新たに始めるべきことなどを考えてみられてはどうでしょうか。

【お客様とのつながりを深める活動事例】

ご購入ありがとうハガキ

保証切れ1ヶ月前ハガキ

活動のヒントとして商品やサービスそのものを求めた時代から、心の充足を求める時代へと変化している事への気付きやお店目線ではなくお客様目線で商売を考えられるかということがあげられます。

9月～販促・増販・増客応援ツール♪

豊富な販促チラシ・販促ツールはお店が自店の形態、方針に合わせ自由にチョイスします

♪防災・防犯点検訪問キャンペーン♪

キャンペーンチラシ

♪秋の住設リフォームキャンペーン♪

キャンペーンチラシ

住まいの設備・リフォーム
カタログ秋冬号

ATOMプロ 住設リフォームシミュレーター

カタログに連動した
リフォーム見積支援システム

新規開拓用
“お困り事解決します！”チラシ

加盟店様からメッセージをいただきました！

昨年末現役を引退し、息子様へお店を引き継がれた加盟店様（守口東店）から電器店人生を振り返ってのメッセージをいただきました。苦労されながらもその時々での経営者としての的確な決断が現在への存続につながっており、次世代へお店をバトンタッチできたことへの想いを綴られています。そのメッセージを同封しておりますのでぜひご一読ください。チェーン本部としましてもさらなる加盟店様のスムーズな店舗運営の支援を目指し取り組んで参ります。

人生のターニングポイントで
運をつかんだ小さな町の電器店

アトム電器守口東店　竹林 央

昨年末(2019年)電器店(パパママショップ)の店主としての仕事から**引退**をした。店は息子が引き継いでくれる。稼げる仕組みを残して、譲ることが出来た。借金は無い、引退する前に無借金経営になった。不動産は店舗兼住宅と、豆粒ほどの土地建物が残った。ビルは残せなかったが、老後の資金は心配をしなくていい。無知で、向こう見ずだったが、元利合わせて1億円余りの返済を終えた。振り返ってみると1998年に**アトムチェーンに加盟したことがターニングポイントとなった。**高校を卒業後、電器店に就職した。その後1984年(36歳の時)に勤めていた電器店が廃業をするということになり、やむなく店を引き継ぐかたちで独立をした。他の仕事は考えられなかったし、幸い店は丸ごと借りられることになった。顧客も看板も引き継げた。家賃は20万、わずかな在庫とのれん代に500万払った。それでも、人の2倍働いて何とか軌道に乗った。その後、店は買い取ることが出来た。系列の三菱電機からも表彰された。全国優良店大会で300人余りの前で代表5店の中の1店として成功事例の発表もした。ところが、1991年から大店法が緩和され、世の中に変化の兆しが起きた。1997年に商圏内にコジマ門真店がオープンをした。すぐに影響が出てきたが、価格攻勢に真正面から迎え撃ってしまった。大幅に売り上げが落ちた。どうすればいいのか知恵が浮かばなかった。このまま打つ手がなければ、5年(人様に迷惑をかけず)で廃業と予測ができた。必死で勉強をした。本をたくさん読んだ、セミナーにも行った。自分の無力さが歯がゆかった。翌年、そんな苦悩をしている時に、1枚のハガキを目にした。これまでなら、ゴミ箱に捨てていたハガキが、何故か目に留まった。定形よりは縦長で、黒一色で、まるで不幸のハガキの様な印象だった。よくは覚えていないが**「量販店に勝つ」**という胡散臭い文字が書かれていた。しかし、なぜか無視ができずに**「アトムセミナー」**に行くことになった。

もっと詳しい事が分かる裏面へ ➡

セミナー当日は、お腹に新聞紙を巻いて、革のジャンパーを着て挑んだ。ハンコを押すまで帰してくれないような、そんな輩かもと思ったからだった。**「量販店に勝つ」**というキャッチフレーズが、あまりにも誇大に思えたのだ…。セミナーは衝撃的だった。真剣に話を聞いた。とにかくエアコンが安かった。エアコンを売れば儲かる!率直にそう思えた。販促にも驚いた!思いもよらないキャッチフレーズやコピーがそこにあった。こんなチラシが使えるのか?目から鱗だった。セミナーは9月だったと思う。その年の11月にオープンセールをやることになった。**「アトム電器守口東店」**の誕生だ。アトム電器を最大限にアピールをした。アトム電器に変わったこと、アトム電器に変わったことでお客様にお得をもたらすことを伝えた。**「アトム効果」**が生まれた。**お得意様**が喜んでくれた、**ご無沙汰客様**が振り返ってくれた。チラシで訴えることで**ご新規様**が増えた。経営不振から脱却できた。まず粗利が大幅に改善された。そして順調に売り上げが伸びた。**アトムチェーンに加盟したことが、正しい決断だったと確信した。**本部からオール電化の提案があった。素直に耳を傾け、そして実践した。本部の提案のおかげで、オール電化で稼いだ。**アナログ停波**が近づいた時には、本部からリフォーム提案が始まった。これにも素直に耳を傾け、実践をした。工夫に工夫を重ね、何とかリフォームが事業として軌道に乗った。本部が商材をそろえてくれたからだ。60歳を数年前にして先が見通せてきた。これまで苦労を掛けてきたカミさんに、すこしでも報いたいと思い、月に一度はお洒落をして食事に行った。毎年、正月には海外旅行に行った。自分と、これまで支えてくれたカミさんへのご褒美と思いながら…。72歳になった今、老後の心配をしなくてもいい自分を褒めてやりたい。このまま、あまり長生きをせず終えたら、息子たちに迷惑をかけることもないだろう。それもこれも、**1998年のターニングポイントで英断できたからだと確信している。**販売会社とお付き合いをしている頃に、地域店の窮状を打開するために改革案を持ち込んだ。営業担当はいらない、場合によっては配送もいらない。電話とFAXがあれば事足りる、力がないのに一方的な値引きは言わない。何とかお互いに知恵を絞ろうと提案すると「そんなこと言うのは竹林さんだけだ」と一蹴された。**アトムチェーンにはその時からそんな知恵があった。**21世紀は**知恵に価値がある時代**だと思う。アトム本部はこれからもどんどん知恵を出してくれると思うのだ。**何よりも、老後の心配をせずに、全うできる人生をいただいた、井坂会長と川崎副社長に感謝してもしきれない。**ありがとうございました。

『私の電器店人生』守口東店　竹林 央

人生のターニングポイントで運をつかんだ小さな町の電器店

昨年末（2019年）電器店（パパママショップ）の店主としての仕事から**引退**をした。店は息子が引き継いでくれる。稼げる仕組みを残して、譲ることが出来た。借金は無い、引退する前に無借金経営になった。不動産は店舗兼住宅と、豆粒ほどの土地建物が残った。ビルは残せなかったが、老後の資金は心配をしなくていい。無知で、向こう見ずだったが、元利合わせて1億円余りの返済を終えた。振り返ってみると1998年に**アトムチェーンに加盟したことがターニングポイントとなった**。高校を卒業後、電器店に就職した。その後1984年（36歳の時）に勤めていた電器店が廃業をするということになり、やむなく店を引き継ぐかたちで独立をした。他の仕事は考えられなかったし、幸い店は丸ごと借りられることになった。顧客も看板も引き継げた。家賃は20万、わずかな在庫とのれん代に500万払った。それでも、人の2倍働いて何とか軌道に乗った。その後、店は買い取ることが出来た。系列の三菱電機からも表彰された。全国優良店大会で300人余りの前で代表5店の中の1店として成功事例の発表もした。ところが、1991年から大店法が緩和され、世の中に変化の兆しが起きた。1997年に商圏内にコジマ門真店がオープンをした。すぐに影響が出てきたが、価格攻勢に真正面から迎え撃ってしまった。大幅に売り上げが落ちた。どうすればいいのか知恵が浮かばなかった。このまま打つ手がなければ、5年（人様に迷惑をかけず）で廃業と予測ができた。必死で勉強をした。本をたくさん読んだ、セミナーにも行った。自分の無力さが歯がゆかった。そんな苦悩をしている時に、1枚のハガキを目にした。これまでなら、ゴミ箱に捨てていたハガキが、何故か目に留まった。定形よりは縦長で、黒一色で、まるで不幸のハガキの様な印象だった。よくは覚えていないが**「量販店に勝つ」**という胡散臭い文字が書かれていた。しかし、なぜか無視ができずに「アトムセミナー」に行くことになった。

もっと詳しい事が分かる裏面へ ⇨

セミナー当日は、お腹に新聞紙を巻いて、革のジャンパーを着て挑んだ。ハンコを押すまで帰してくれないような、そんな輩かもと思ったからだった。**「量販店に勝つ」**というキャッチフレーズが、あまりにも誇大に思えたのだ…。セミナーは衝撃的だった。真剣に話を聞いた。とにかくエアコンが安かった。エアコンを売れば儲かる！率直にそう思えた。販促にも驚いた！思いもよらないキャッチフレーズやコピーがそこにあった。こんなチラシが使えるのか？目から鱗だった。セミナーは9月だったと思う。その年の11月にオープンセールをやることになった。「**アトム電器守口東店**」の誕生だ。アトム電器を最大限にアピールをした。アトム電器に変わった事、アトム電器に変わったことでお客様にお得をもたらすことを伝えた。「**アトム効果**」が生まれた。**お得意様**が喜んでくれた、**ご無沙汰客様**が振り返ってくれた。チラシで訴えることで**ご新規様**が増えた。経営不振から脱却できた。まず粗利が大幅に改善された。そして順調に売り上げが伸びた。**アトムチェーンに加盟したことが、正しい決断だったと確信した**。本部からオール電化の提案があった。素直に耳を傾け、そして実践した。本部の提案のおかげで、オール電化で稼いだ。**アナログ停波**が近づいた時には、本部からリフォーム提案が始まった。これにも素直に耳を傾け、実践をした。工夫に工夫を重ね、何とかリフォームが事業として軌道に乗った。本部が商材をそろえてくれたからだ。60歳を数年前にして先が見通せてきた。これまで苦労を掛けてきたカミさんに、すこしでも報いたいと思い、月に一度はお洒落をして食事に行った。毎年、正月には海外旅行に行った。自分と、これまで支えてくれたカミさんへのご褒美と思いながら…。72歳になった今、老後の心配をしなくてもいい自分を褒めてやりたい。このまま、あまり長生きをせず終えたら、息子たちに迷惑をかけることもないだろう。それもこれも、**1998年のターニングポイントで英断できたからだと確信している**。販売会社とお付き合いをしている頃に、地域店の窮状を打開するために改革案を持ち込んだ。営業担当はいらない、場合によっては配送もいらない、電話とFAXがあれば事足りる、力がないのに一方的な値引きは言わない、何とかお互いに知恵を絞ろうと提案すると「そんなこと言うのは竹林さんだけだ」と一蹴された。**アトムチェーンにはその時からそんな知恵があった**。21世紀は**知恵に価値がある時代**だと思う。アトム本部はこれからもどんどん知恵を出してくれると思うのだ。**何よりも、老後の心配をせずに、全うできる人生をいただいた、井坂会長と川崎副社長に感謝してもしきれない**。　ありがとうございました。