

客単価200円アップ!

～ハンディーPOSでお土産ソムリエ戦略を展開～

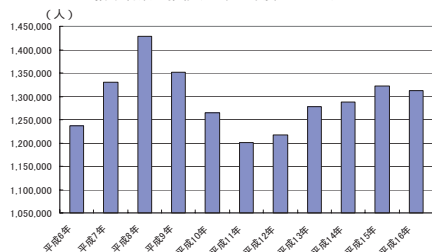
有限会社ジー・エフ・シー 佐藤 善友(中小企業診断士・ITコーディネータ)

秋田空港は、年間約130万人が利用する秋田の空の玄関口。秋田県の土産品・特産品を同空港で販売する秋田空港ターミナルビル株式会社は、この春ハンディーPOSを活用したPOSシステムを導入した。顧客満足度をアップし客単価を上げるため販売員にハンディーターミナルを携帯させ、多くの商品情報や観光情報を提供しようとするもの。題して、「お土産ソムリエ作戦」。この作戦によって今夏の平均客単価は平年対比で200円アップした。

【当社を取り巻く状況】

現在、航空業界は航空会社の合併や事業の縮小、国内路線の見直し等を迫られる厳しい経営が続いている。ここ数年の秋田空港の年間搭乗者数は130万人前後で推移しているが、ピーク時の平成8年の142万人の約90%まで減少している。これは平成10年に秋田県内に新空港（大館能代空港）がオープンしたことや、秋田新幹線「こまち」の影響によるものである。また、国際定期便として大韓航空便が就航しているが、搭乗率も今ひとつ伸び悩んでいる。

搭乗者数の推移(12年は年度のデータ)



こうした厳しい環境に対応するため、当社では客単価のアップが重要な課題であった。

【POSシステム導入の目的と仕組み】

当社では、ターミナルビルの賑わいを演出してより魅力的な施設にするために、また「秋田県内で最も鮮度のある土産品・特産品が揃っている店舗」という当社の強みを一層強化するために、POSシステムの入替に合わせて、新たな売上拡大・収益アップ策を模索してきた。そして策定した戦略が、商品提供型土産品店から情報提供型土産品店への転換、商品管理の充実、業務の効率化、土産品メーカーへのコンサルティングの充実、関係機関への売れ筋情報の提供の5つの戦略である。

商品提供型土産品店から情報提供型土産品店への転換

物が市場に溢れている今日、全国各地で同じような土産品が販売されている。また、消費者の目は肥えており、

秋田県を代表する土産品であっても、POPや商品陳列の工夫だけでは売れない時代になっている。物が溢れている現代においてお客様の購買意欲をそそるには、商品への「生産者のこだわりや思い入れ」をお客様にしっかりと伝えることが重要である。店員の売上高は、そうしたこだわりや思い入れを、どれだけお客様に伝えられるのかによって違ってくる。お客様は、商品よりも店員から受ける説明や印象で、ショッピングを楽しみながら土産品を購入する時代になったのである。

そこで当社は、POSシステムの導入に合わせて、「お客様の商品選択を待つ販売体制＝商品提供型」から、「お客様のショッピングに積極的にかかわり、豊富な情報を提供する販売体制＝情報提供型」の販売への変革に踏み切った。これは、ハンディーPOSを導入し、豊富な商品情報を提供できる販売員（お土産ソムリエ）を育て販売力を強化しようというものである。

商品管理の充実

当社の従来のPOSシステムでは、売れ筋商品の情報が得られないため、購入商品の発注は担当者の勘と経験により行われていた。また、商品別の販売履歴データがないため、欠品等が発生してもその原因究明と対策が容易に展開できなかった。そのため、多くの販売機会ロスがあったものと推測された。

そこで、商品別の販売実績を蓄積し、多角的に分析できるシステムにした。また、ハンディーPOS端末に売上実績確認機能や発注機能を組み込み、店舗において商品在庫と販売履歴を確認しながら商品を発注できるようにした。販売員がハンディーPOSで商品のバーコードをなぞると商品の販売履歴や在庫数が表示され、その情報を基に発注数量をハンディーPOSに打ち込むようにしたのである。

業務の効率化

ハンディーPOSから販売員が入力した発注数量データは瞬時に集計され、発注担当者がチェックしFAXモデムを利用して仕入先メーカー等に簡単に発注できるようにした。発注担当者は、販売員がハンディーPOSから送った発注数量情報を、発注点在庫情報や過去の売上実績データ等を参考にして再度確認するので、在庫削減、欠品削減、死に筋商品の排除が進み、これによって商品の回転率がアップするとともに廃棄ロスが減少した。

また、当社が利用している集荷委託先に集荷（検収）リストを提供できるようにし、精度の高い集荷業務が

可能となった。さらに買掛リストを出力して仕入先に送付し、仕入先において買掛（支払）金額を確認してもらうようにし、支払い業務の効率化を図った。

また、買掛実績データを財務会計システムに連動させ、会計データの手打ち作業を無くした。

土産品メーカーへのコンサルティングの充実

現在、当社は約400社の土産品・特産品メーカーと取引している。これまでも顧客の声を取引先メーカーに伝えて、商品開発のアドバイスを行ってきたが、今回のPOSシステムの導入により商品別の詳細で多角的な売れ筋情報を持つことができ、コンサルティングをいっそう強化することができた。

今後は、オリジナル土産品の開発等を積極的に行い、土産品・特産品業界の中で主導的な地位を確保したいとしている。また、それによって豊富で質の高い品揃えが可能となり他の土産品店との差別化が図れるものと期待している。

関係機関への売れ筋情報の提供

当社は、観光利用の顧客割合が高いが、POSシステムの導入によりどのような商品が売れ筋商品であるのかが分析できるようになり、またそうした分析データを電子データとして取り出せるようにした。今後は、観光産業の一翼を担う機関として、それらの分析データを積極的に観光土産品企業や機関に提供し、秋田県への観光客の裾野を広げる活動を展開したいとしている。

【POSシステム導入への取り組み】

システムはPOS端末10台にハンディー POS10台を導入した。レジは自動釣銭機を導入し、販売員がレジを離れてもセキュリティが保てるようにした。

POSシステム導入にあたっては、筆者が現状分析、改善案の整理、戦略策定、システムの基本設計、ベンダーへの提案依頼書（RFP）の作成、プロジェクトのマネジメントを行い、(株)寺岡システムがシステムの開発とハード機器の導入、社員教育を担当した。ソフトは市販のパッケージソフトの「奉行シリーズ」を活用し開発費用を極力抑えた。

現状分析からシステムの導入まで約6ヶ月、導入から軌道に乗るまで約3ヶ月を要した。

システム導入後3ヶ月間は社員がPOSシステムに慣れるための教育に力を入れた。社員はシステムに慣れ



るために苦労を重ねたが、(株)寺岡システムがユーザーインターフェース（操作性）の改善やマスターデータの整備等に真摯に対応し問題点を一つ一つクリアしていった。そのことが社員のシステム活用を促し成果を引き出す大きな要因となった。

また、これに合わせて販売員のメーカー見学会を実施し、販売員に実際の生産現場を見せることによって「作り手のこだわり」を体感させるようにした。

レジでの精算業務がスムーズになり発注業務が簡素化されたことから、例年の繁忙期となるお盆シーズンも問題なく営業ができた。しかも、違算（レジの金額と売上金現金の差）が0円であった。今では、ハンディーPOSの活用が定着し、販売員からは「ハンディーPOSがなければ仕事にならない」との声が聞かれるまでになっている。

POSシステムの導入を担当した直営部の大淵一也副部長は、「現在当社では、『売場』という意識ではなく、『買場』という意識で販売活動を行う、『買場』運動に取り組んでおります。ハンディーPOSの活用によって、販売担当者は『生鮮品を扱っている』という意識を強く持つようになりました。」と話している。

ハンディーPOSシステムを導入して約半年が過ぎたが、客単価のアップ、違算ゼロ、低い減耗率など多くの成果が出てきている。今後は、POSシステムによって蓄積したデータをいかに分析し、オリジナル商品の開発や土産品メーカーのコンサルティングに活用していくかが課題となっている。

秋田空港の売店に行かれる機会があれば、是非ともハンディーPOSの活用を見ていただきたい。

秋田県を訪れる観光客の行動とターミナルビル機能のイメージ図

