

Weekly Bulletin 2020-2021



RI会長
ホルガー・クナーク



ロータリーは
機会の扉を開く

静岡東ロータリークラブ
会長/相原雄治 幹事/長島秀親

事務局/静岡市葵区追手町2-12 静岡安藤ハザビル5F TEL054-254-5611

例会場/ホテルアソシア静岡 例会日/毎週 木曜日 12:30~13:30

<http://www.shizuoka-east-rc.jp>



会長
相原雄治

第2967回例会

令和3年1月7日

《司会》長島 秀親 君

《合唱》「君が代」「奉仕の理想」

《ソングリーダー》新聞 桂子君

《ゲスト》なし

《会長挨拶要旨》相原 雄治会長

本日のテーマ：新年のあいさつと今後の例会



新年あけましておめでとうございます。

まず1都3県で緊急事態宣言が発令されるにあたり来週以降の当クラブの例会の在り方について本日の理事会で検討をいたしました。

その結果、2月4日の例会まで、食事をされる方は12:00~12:30に例会場にてお召し上がりいただき、例会は12:30~13:15とさせていただきます。会食での感染が言われる中、例会場にて食事ができない方も増えたことと会費負担の公平性を考え持ち帰ることができる弁当を食事として出させていただきます。

本年は丑年です。丑年の格言は、「丑つまづく」で、過去の日経平均株価の年間騰落率は12支で最下位です。また、前回の丑年12年前は世界で新型インフルエンザが流行し、世界同時不況、その前の1997年は山一証券破綻、アジア通貨危機等が起きており歴的には本年の経済も懸念されるところです。また、12支とともに10千の10年サイクルで見ると2011年東日本大震災、2001年狂牛病発生、デフレ進行などのニュースが年間十大ニュースとなっており、このサイクルからも人類が自然の脅威にさらされる流れがあり、本年も新型コロナウイルスや自然災害に注意を払わ

ないといけないかもしれません。

また、10千12支では辛丑となり、暦が巡る前回の辛丑の60年前は、日本で小児マヒが流行し海外からワクチンを緊急輸入した年でした。

あくまで暦というサイクルからですが、コロナウィルスや景気の悪化に耐え良い年になることを祈念いたします。

《歳男・歳女スピーチ》

宮崎 貴久君「当社のショールーム運営について」

《卓話サマリー》

1. 三菱自動車の販売店をスズキの店舗に切替えたが苦戦
2. 広告代理店、コンサルに頼るも結果出ず
3. 家族で遊びに行った時の気づき
4. 社内からの反発→強行突破から運営方法検討
5. 集客の大成功とSNS自然発生により販売数3倍に

《スピーチ内容》

今年で48歳になる宮崎です。私からは当社が少し変わったショールームを運営していますのでご紹介します。

当社は2013年の1月よりそれまで三菱だった店を3店舗スズキの店舗に切り替えました。三菱のラインナップが減ったこと、特に軽自動車のラインナップが激減したことがきっかけでした。オープン当初は「スズキの店にすれば相当な新規来店客があり、三菱とは比べ物にならない位売れるのでは」と期待しましたが、序盤から苦戦をしました。特に酷かったのが浜松の店舗でした。当初はスズキの城下町である浜松の店は売れると確信をしていましたから意外でした。そこから1年以上、様々な手を打ちましたが、効果が表れること

はありませんでした。県内の広告宣伝会社、東京の広告宣伝会社、コンサルなどにも頼りましたが効果はありませんでした。具体的には、FM ラジオの公開放送を200~300万円かけて行いましたが、当日は集客出来ても翌日から、又元に戻る。50~100万円かけてチラシをまきキャンペーンを行いある週は集客出来ても翌週から元に戻る。ということを繰り返していました。

そんな日々を過ごしていたあるGWに家族で横浜のマーケットへ遊びに行った時のことです。商業施設内にあるボーネルンドという日本の高級玩具メーカーがプロデュースしている子供の遊び場（有料）で多くの親子が遊んでいる風景に出くわしました。ウチの娘達も夢中になって楽しんでいる姿を見て「これをショールームに入れたら間違いなく人は来る！」と確信しました。

まだ常務だった私は、GW明けに幹部を集めて事のいきさつを話す父親世代の幹部からは怪訝な顔をされました。要は自動車ディーラーに女・子供を集めてどうすんだ！っていう訳です。それでも反対を押し切り踏み込みました。

それまで6台は展示出来たショールームが1台展示に、あとは全て子供の遊び場です。これを運営するにあたり議論を重ねました。利用出来る方は当社のお客様に限定するのか、例えば、有料にした上で当社の車を買って頂いたお客様は1年間のフリーパスを発行する。又は、無料にするのかなど。ボーネルンドさんからは「必ずお金を取れる」と言われました。出た結論は地域に開放して「誰でも、無料で、何度でも遊べる」です。森をイメージした遊び場はLIMOLIMO（リモリモ）と命名しました。

このリモリモもオープン当初はディーラー内にあることから入場を躊躇するらしく、来場もまばらでしたが、3~4か月も経つと平日でも80~100人、週末には150人以上、月間で2500人以上の親子の来場がありました。お母様方は皆、自分の子供が元気に遊んでいる姿をSNSにアップして、#LIMOLIMOと付けてくれることから店の認知度は一気に上がり、導入前に営業マン3名で一桁台数しか売れなかった店が徐々に台数を伸ばし、安定的に20台~30台売れる店に様変わりしました。店長はじめ社員をひとりも異動・増員せずに来たことも驚きでした。この遊び場設置に

は1,500万円かかりました。償却を5年みて、年間300万円、月間25万円の経費です。チラシの集客や外部の広告など、どんな手段より費用対効果が高くなっています。

この経験を活かして静岡市の南安倍の店舗でも導入して、同様に成功しています。嬉しかったのは静岡市のLIMOLIMOオープンの日には浜松のLIMOLIMOの常連のお母様方がこぞって来場してくれました。「オープン初日から盛況な方がいいでしょ？って」その上でSNSにもバンバンアップして頂き、静岡の方はオープンから一気に盛り上がり、販売も順調でした。現在はコロナの影響で人数を制限していますが1日に30名程度、月間で1000名弱の来場があり、販売も順調です。遊びに来た親子には一切営業を掛けず、お母様方の口コミ、SNSでの配信だけでこれほど変わるとはただただビックリです。これからも地域密着型の店舗として地域に活かされる店舗運営を続けていきたいと思っています。

《スマイル報告》

- 相原 雄治君 あけましておめでとうございます。本年が良い年になることを祈念してスマイルします。
- 高田 雅司君 新年明けましてお目出とうございます。今年も宜しく願います。年初のプチスマイルです。
- 早川 正久君 いつもと違う年末年始なのか、これからはこれが普通になるのかわかりませんが、平和な1年となることを願い、プチスマイルいたします。
- 山川 雅久君 無事新しい年を迎えられた事に感謝してプチスマイルします。今年もよろしく願い致します。

《出席報告》

先週までの出席率 87.88%

(会報作成 川口 尚宜)