# がんばっているお店たち

## キーパー施工店

**前側石油㈱ 北25条SS**
北海道札幌市東区北二十五条東8丁目1-5

札幌市東区の前側石油㈱北25条SSは、洗車機洗車の売り上げに限界を感じたため、色々なコーティングを探していたところ、ワンデースクールの存在を知り、まずスクールに社員全員が参加しました。そして、そこでの仕上がり、作業性が良かったため、キーパーの導入を決定。キーパーの導入後は、まずメニューの見直しとともに、合格するまで毎日ひたすら訓練を続けたそうです。

「以前は、WAX掛けやコーティングの作業は大変なうえ、なかなか満足できるキレイさが得られず、スタッフもどこかいやいや洗車を行っていたように見えました。しかし、キーパー導入後は、スタッフ自らが積極的に訓練を行なうようになり、その結果、徐々にですが、キーパー施工台数を増やすことができました」と友安マネージャー。さらに、「キーパーコーティングの台数を増やしていくと、今度は、高付加価値コーティングを求めるお客様が増えてきたため、一段階上のクリスタルキーパーをメニューに加えました。すると自然とキーパーコーティングの台数が伸び、アラカルト商品も多くのお客様に提供できるようになりました。一つひとつの積み重ねによって、キーパーコーティングのファンの方が増えてきたので、洗車収益がある程度安定しました」と友安マネージャーは話します。

そんな友安マネージャーのモットーがクリンネスです。「店舗が汚れていては、お客様はこのお店で大事な車をキレイにしようとは思わないですから。タオルのたたみ方一つにしてもうるさいですよ(笑)。女性の方でも気軽にお越し頂けるお店創りを目指しています」。

友安マネージャーの血液型はO型ですが、店舗のこと、お客様のことになると典型的なA型になるそうです。一つひとつの積み重ねで、お客様に満足と洗車収益を伸ばし続けている前側石油㈱北25条SSにこれからも期待です!!

（札幌営業所　西園　真希）

## ダイヤモンド施工店

**㈱ENEOSフロンティア関西 Dr・Drive八幡店**
京都府八幡市美濃山出口4-5

京都府八幡市にある、㈱ENEOSフロンティア関西Dr・Drive八幡店は、去年の12月にダイヤモンドキーパーを導入。マネージャーとサブマネージャーは、コーティング技術1級を取得し、プロショップとしてもがんばっています。

以前までは、高額洗車商品といえば約2万円までのコーティングしか行っていませんでした。しかし、接客をしながら、それ以上高額な洗車商品にも興味があるお客様が多く存在しているのを実感していたため、5万円という高額な商品を扱うことに対する抵抗は特になかったそうです。

実際、導入月に新聞折り込みを2週にわたって行ったところ、お客様からの問い合わせが多く、更に高額洗車商品の需要があることを実感したと話します。

ある程度の練習をすれば施工ができるという利点のほか、1台あたり4時間ほどで施工ができる効率の良さに加えて、施工させて頂いたお客様の反応も良いため、スタッフ全員が自信を持って勧めることが出来る商品となっています。現在の施工車は、やはり新車購入時のお客様が大半を占めることから、店舗で行っている車販後のアプローチも、今後どんどんと行っていきたいと意欲満々。閑静な住宅密集地の中にある店舗なので、最低月間3台は高額洗車商品を絶対に施工することを目標にスタッフ一丸となり、取り組んでいます。

今後は、フルサービスの利点を活かし、どんどんアプローチをしていくのはもちろんのこと、高額洗車商品以外の洗車がキッチリできることによって問い合わせも増えてきているため、プロっぽく魅せる洗車でイメージUPするとともに、手洗い洗車・キーパー洗車を通じて、もっともっと信頼される店づくりをして、さらなる飛躍を実現したいと話していました。

（大阪営業所　吉識　智裕）

## 手洗い洗車施工店

**喜多村石油㈱ セルフ新治SS**
大分県日田市大字上二町新治町462-1

大分県日田市にある喜多村石油㈱セルフ新治SSは、改装を機に快洗ウイング導入していただきました。洗車ウイングを効率よく使って、手洗い洗車の時間短縮を実現するとともに、お客様の満足度をさらに増すことに成功しています。また、スタッフの労力の軽減・仕事の効率化にもつながっています。

洗車スタッフはコーティング技術2級を取得。しっかりとした技術をスタッフ全員が身に付けたことにより、お客様へ自信を持って洗車をお勧めすることができるようになったそうです。セルフ化に伴い、お客様への接客する機会が減ることで、当初は、売上げが減るのではという心配があったそうですが、これまで以上に積極的に接客に取り組むことによって、洗車収益につなげています。

また、お客様にわかりやすい商品説明をすることにより、キーパー・アラカルトなどの収益向上を図る取り組みを強化しているほか、お客様のお車を扱うということで「シートカバー」「ハンドルカバー」「フロアマット」は必ず使用するなど、細かい部分まで気配りを行っています。このような、細かい部分への気配りが、お店のすべての売り上げにつながっているのでしょう。

今後の取り組みは、高価格コーティングを導入し、お客様に提供していきたいとのこと。そして、さらなる技術力アップを目指すと話していました。現状に満足することなく高い目標を持ち、スタッフ全員でお客様を満足させることを意識し、仕事に取り組んでいくそうです。

（福岡営業所　天野　夕輝）

# コラムセレクション

## プレコラ

**仲間よ　今が最高さ**
**2007年5月31日（木）**
**投稿者　谷　好通**

東京に向う新幹線。やっぱり私は新幹線とか飛行機の中が一番書きやすい。移動は、移動をするだけで、書く以外には有用に時間を使うことができず、他に何も出来ないので書くことに集中できるのだろう。

そう考えると、自動車の中でも設備さえあれば書けるはずだ。設備と言ってもテーブルがあればそれで良い。車の場合、Gのかかり方が縦方向で一定ではないので無理かもしれないが、今度、車を買う時には、それを考慮すると無駄な時間が減るかもしれない。忙しい中で無駄な時間は1分でも減らしたいもの。

しかし、人生というスパンで考えるならば無駄な時間も必要なのではないか。その人にとってマイナスでしかなかった時間であったとしても、その時間があったおかげで、有意義な今があるということもある。

今が最高だ。それまでがどうであったにしても、それまでのことすべてが、今のためにあったとするならば、今が最高であるに違いない。

素晴らしき仲間がある今に、乾杯である。私は仲間のおかげで、今が最高に幸せである。

## 快洗隊日記

**光るように**
**2007年5月17日（木）**
**投稿者　スズキ**

「もったいない」という言葉が世界でも注目を浴びています。環境活動の「Reduce（消費削減）」「Reuse（再使用）」「Recycle（再生利用）」「Ripair（修理）」をひとことで言い表す日本の言葉であり、ヒト・モノ・コトへの感謝の気持ちと大切に使う心をあらわしている「MOTTAINAI」は世界共通の言葉として広まっているそうです。

車に関しても、3年毎の新車買い替えという概念が少しずつ薄くなって、一台の車を長く乗るという人が増えてきています。

これから末永くよろしくと新車を買ったら快洗隊でコーティングを！　これからもよろしくと車検を受ける時も快洗隊でコーティングを！　綺麗な車とお客様のよりよい関係を作るお手伝いをさせていただきます。

私事ですが、少し前にお気に入りの革靴をドアに引っ掛けて破いてしまいました。とても見た目が悪くなったため、新しいのを買うべきか…と迷ったのですが、「もったいない」精神で修理屋さんにもっていきました。かかと修理やつま先修理などはメニューボードに書いてありましたが、破れの修理はメニューには載っていませんでした。

「これって直せますか?」と靴を見せると、この道何十年!というような白髪の職人さんが無言で受け取り5分ほどで仕上げてくれました。すごいなぁ、と思いながら見ているのと同時に、手持ちの少なかった僕は値段を聞きそびれたので、もしかしてすごい高かったらどうしよう…と少し不安な気持ちもありました。

最後に「このあたりも傷んでるから早く直したほうがいいですよ」というアドバイスと「じゃあ料金は315円でいいよ!」というありがたい言葉をいただきました。

これをこうしたらもっとあなたのためになる　という売り手側の都合だけでなくお客様の事を考えたアドバイスと、メニューにない商品を提供できる応用力、快洗隊しかり、接客業に必要な事だなと思いました。

もうひとつ大事だと思うのが、もったいないもったいないと悪いモノ、汚くなったモノをいつまでも切らないのはこれまた見当違いなことです。きちんと見切りをつける能力も同時に養っていかなければと思います。

## キーパーインストラクター日記

**五月の凡才**
**2007年5月26日（土）**
**投稿者　聖羅月**

今日は某講習会に参加しました。洗車とは別の分野の講習会だったのですが、『キレイにする、お手入れする。』と言った内容には私達が日々お伝えしたい内容と非常に近いものがあり、共感、理解できる部分がたくさんあって、分野は違えど追い求めるものは同じだなぁと思いながら受講していました。

もちろん講習内容がメインなのですが、誘致された立場、受講する立場で講習会を見ていますと、また違った視点でその講習会から学ぶものがありました。

会場設定、受付、進行、準備、空調温度、照明、ホワイトボード、プロジェクターの使い方、各部署、メンバーの役割分担、デモンストレーターの動き、待機メンバーの態度、話し手のトークの早さや伝え方、声のトーン、ボリューム、質疑応答とアンケート、そして受講者の態度とその反応。

何に対して興味をそそるか、そして何が興味をそそらないのか。色々と自分達の活動と照らし合わせながら講習を受けたので、また新たに見直し、より良くしていく部分も必要であると再々認識した一日でした。

講習会が終わった後、丁度同じ会場内で「さつき展」なるものが開催されていました。お花や観葉植物は好きな私ですが、その「さつき展」はBONSAI系。BONSAIは特に興味も無く未知の世界だったのですが、たまたま知り合いの方が出展されていたので、お付き合い程度の気持ちで見に行ってみたのですが、やはりどんな世界も奥が深く、さつき展には作る人の「作品」に対する想いや思い入れがあふれ、そして作り上げるまでには数々のドラマがあることを知りました。

農林水産大臣賞、最優秀賞、優秀賞、努力賞。個性豊かな作品がたくさん並んでいましたが、BONSAIは感性と技術、センスと芸術。その中にも、ちゃんと作るヒトの愛情と思いやりが存在していました。

近くで見た時、離れて見た時。違った姿を見せるBONSAI。今日もまた、感慨深い一日でした。

## Kaisentai Eyes

快洗隊刈谷店チーフ　中井奈緒

みなさん、ゴールデンウィークはいかがでしたか?たくさん車を洗えましたか?お客様に満足していただけましたか?

残念ながら、後半はお天気に苦しみましたが、刈谷店は大きな事故も無く、スタッフも怪我をすることなく、過ごすことができました。

今日は車のクラッチの話をしたいと思います。

私は、免許取得の際に、自動車学校で、シートの位置はブレーキを基準にするように指導されました。ブレーキペダルをしっかり奥まで踏み込んで、少し膝が曲がるくらいに、というものです。当時の私は、そのことに何の疑問も違和感も感じずに、指導された通りにペダル操作を行っていました。ブレーキを踏むと膝は少し曲がるくらい、クラッチはせいいっぱい足を伸ばして踏んでいました。ですが、今の私は、クラッチを基準にしてシート位置を合わせています。

少し考えてみてください。人の両足の長さはほぼ同じ長さです。もちろん、何か事情があって、左右の足の長さが違う人もいると思いますが、今回は同じ長さ、ということで考えてください。ブレーキとクラッチと、あなたはどちらを奥まで踏み込みますか?車にもよると思いますが、ほとんどの車が、クラッチの方を、より奥まで踏み込むことになると思います。ここで、「左右の足の長さは同じ」という定義を当てはめると、どうでしょう?ブレーキを、「膝が少し曲がるくらい」で踏むならば、クラッチは、「足をまっすぐ伸ばし」で踏むのではないでしょうか?

ブレーキを、「膝が少し曲がるくらい」で踏むのは、踏む力の加減を行いやすく、踏む、という動作自体も、しっかり力強く行うことができるからだと思います。つまり膝を少し曲げた状態の方が、力の強弱をつけやすいのだと思います。そこで私は、クラッチも、少し膝を曲げるくらいで踏み込んだ方が、操作しやすいのでは・・・と考えています。クラッチというものは、少し踏んだだけでは、その役目を果たしません。奥までしっかり踏み込んで、ようやくギアチェンジを行うことができるものです。おまけに、「半クラッチ」という状態が、うまくいかないと、クラッチ自体を痛めることになりますので、それなりに慎重に操作することが求められます。

（ただしこの考えには、注意点が一つあります。私はペダルを踏むときは、どちらの足も、ある程度足首を曲げて固定した状態で踏み込んでいます。足と、脛の部分が直角の状態、ということです。ですが、ペダルを踏むときに、足の甲の部分をやや寝かせて、足首自体を動かして踏む人もいると思います。ただしブレーキは、踵を床につけ、甲を動かして踏むこともありますので、一概にこうだ、とは言えないのですが。甲を寝かせて踏む人には、ブレーキとクラッチの、踏み込みの差は、あまり関係ないのかも知れません）

ついでに申し上げますと、私は、クラッチを踏んでいるとき、右足は踵だけ床につけて、足そのものはどのペダルにも乗せていません。我ながら不安定ですね。この状態で、左足をめいっぱい伸ばしてクラッチを切ると、体は非常に不安定になってグラグラしてしまいそうになるのです。まあ現在私の車についているシートが体に合いませんので、当然といえば当然なのですが。

スポーツ走行を知らない素人が何を言うか、と思われるかもしれませんが、みなさんはいかがですか?マニュアル車を運転するときは、どんな基準でシートを合わせていますか?

ちなみに、この原稿を書いているときに居合わせたスタッフ二人に、クラッチを踏んでいる時の、右足の位置について聞いてみると、Yさんはブレーキに、Tさんはアクセルに、それぞれ踏み込むほどではないが、右足を乗せている、ということでした。人によって違うのですね。

# 快洗隊直営店5月の実績

今年のゴールデンウィークは後半、雨日が続き、売上が大きく伸びる事はなかったのですが、中旬以降の売上の低下も少なく、比較的浮き沈みのない安定した月となりました。
今月は、客数も多く来店される事もあって、多種多様なお客様の望む「キレイ」に対応するべく、ご意見のくみ取りができるように接客時に使用する受注表の改善を行いました。
これにより様々なご要望をキチンと聞き受け出来る様な体制が出来るようになったと思っています。
特に受注表にある備考欄の活用を活発に行う事に留意し、普段から気になっている水垢や鉄粉の除去などの特殊な“汚れ”についての対処方法を、ご案内する事により、お客様の感覚の「キレイ」に近づけるようになりました。
室内清掃の作業などでも、見落としがちな内張りの汚れを気にされる、お客様の声を多く頂戴する機会があり、外装も然ることながら、室内美化の感心が意外に高いように感じました。
これから年々増加傾向にある黄砂の問題もふくめて、室内におけるプロのクリーニングは着手するべく課題だと考えます。

㈱快洗隊　代表取締役　酒部　桂一郎

### 岡崎店（愛知県）

●178坪

| 19年5月末報 | 岡崎店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 359 | 749,867 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 146 | 912,857 |
| アクア・ダイヤモンド | 28 | 805,429 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 533 | 2,468,152 |
| 室内清掃計 | 156 | 270,857 |
| アラカルト計 | 163 | 450,152 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 852 | **3,189,162** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 5,983 |
| 車検・鈑金等 | | 386,134 |
| 売上総合計 | | 3,562,296 |
| **粗利合計** | | **3,546,352** |

**大きく洗車台数を伸ばし、伸長率120%でした。**
洗車予算316万2500円に対し、実績317万6162円（前年対比120.5%）カーケア予算35万9000円に対し、実績37万190円（前年対比108.3%）総粗利予算352万1500円に対し、実績354万6352円（前年対比119.1%）と予算達成致しました。総来店台数が前年439台に対し今年が533台、プラス94台と着実に増え、洗車前年対比も120%と成長している事は嬉しい限りです。

岡崎店
マネージャー
村藤忠士
31歳

愛知県岡崎市井田新町2-10
TEL（0564）65-5590

### 安城店（愛知県）

●166坪

| 19年5月末報 | 安城店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 325 | 674,381 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 160 | 1,048,705 |
| アクア・ダイヤモンド | 23 | 437,143 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 508 | 2,160,229 |
| 室内清掃計 | 159 | 306,238 |
| アラカルト計 | 198 | 398,777 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 865 | **2,865,244** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 5,640 |
| 車検・鈑金等 | | 170,052 |
| 売上総合計 | | 3,017,296 |
| **粗利合計** | | **2,907,475** |

**前月の好調から一転。昨対比83%がんばれ。**
5月総粗利予算475万（洗車415万　カーケア60万）に対し 洗車284万 カーケア6万 総粗利290万 予算未達、前年割れの結果でした。前年に比べ、洗車台数の増加、キーパー台数も増加したにも関わらず、平均単価5,605円（昨年6,928円）と単価の減少が大きく影響しました。主軸とする高性能コーティングの販売が鈍ったことが敗因です。気を抜かず販売促進を懸けていきます。

安城店
マネージャー
柴田　亘
35歳

愛知県安城市百石町2-21-1
TEL（0566）79-3003

### 知立店（愛知県）

●112坪

| 19年5月末報 | 知立店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 201 | 428,857 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 108 | 729,438 |
| アクア・ダイヤモンド | 25 | 530,231 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 334 | 1,688,527 |
| 室内清掃計 | 104 | 209,143 |
| アラカルト計 | 107 | 331,410 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 545 | **2,229,079** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 6,674 |
| 車検・鈑金等 | | 720,139 |
| 売上総合計 | | 2,943,718 |
| **粗利合計** | | **2,503,742** |

**月末雨日で需要を取り逃がす。昨対比88%。**
5月は、洗車実績2223千円（前年比88%）総粗利実績2503千円（前年比93%）の 結果でした。前半は、繁忙期に悪天候が重なりましたが、後半は、黄砂の影響もあり繁忙期後に 落ち込むという事がありませんでした。通常の月であればダイヤモンドキーパーの方が台数が多いのですが、異常な黄砂のせいか、アクアキーパーや クリスタルキーパー等の汚れにくい特徴の受注が多かったです。

知立店
マネージャー
藤川　昌也
29歳

愛知県知立市新池3-35
TEL（0566）85-5333

### 刈谷店（愛知県）

●188坪

| 19年5月末報 | 刈谷店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 376 | 815,790 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 194 | 1,436,524 |
| アクア・ダイヤモンド | 28 | 499,410 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 598 | 2,751,724 |
| 室内清掃計 | 209 | 405,095 |
| アラカルト計 | 246 | 545,433 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 1,053 | **3,702,252** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 6,191 |
| 車検・鈑金等 | | 1,319,958 |
| 売上総合計 | | 4,995,710 |
| **粗利合計** | | **4,607,502** |

**人時生産4896円の効率化。伸長率104%。**
総粗利予算458万円に対し実績460万円で予算達成致しました。今までLLサイズの料金で行っていた大きすぎる車（ハマーH2やグランドハイエースハイルーフ車など）に乗られているお客様の洗車は別途見積りという形を執らせて頂き、1分100円の生産性をほぼ全ての車種における洗車で可能となった事が台単価の微増と人時生産性の向上に繋がっています。

刈谷店
統括マネージャー
山迫　大介
24歳

愛知県刈谷市山池町5-118-1
TEL（0566）28-6003

### 東海店（愛知県）

●417坪

| 19年5月末報 | 東海店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 300 | 631,669 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 113 | 776,923 |
| アクア・ダイヤモンド | 20 | 455,076 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 433 | 1,863,668 |
| 室内清掃計 | 103 | 165,580 |
| アラカルト計 | 151 | 503,719 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 687 | **2,532,967** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 5,850 |
| 車検・鈑金等 | | 358,552 |
| 売上総合計 | | 2,881,769 |
| **粗利合計** | | **2,671,318** |

**受注方法を変更して健闘。伸長率108%。**
東海店洗車予算260万に対し実績252万（前年比108%）総粗利予算285万に対し実績267万（前年比115%）でした。今月台数が少ない中、高性能コーティングが8台とコーティング施工率が30%を越すことができました。6月はどうしても梅雨時期になりますので、高性能コーティングや室内清掃・オールクリアを主としがんばっていきたいと思います。

東海店
マネージャー
土井　竜也
20歳

東海市中央町6-48
TEL（052）689-3361

### 鳴海店（愛知県）

●207坪

| 19年5月末報 | 鳴海店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 624 | 1,111,619 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 74 | 497,619 |
| アクア・ダイヤモンド | 17 | 448,857 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 715 | 2,058,095 |
| 室内清掃計 | 95 | 170,190 |
| アラカルト計 | 78 | 187,310 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 888 | **2,415,595** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 3,378 |
| 車検・鈑金等 | | 166,130 |
| 売上総合計 | | 2,571,725 |
| **粗利合計** | | **2,504,429** |

**ドライブスルーの台数は維持するも昨対比90%と苦戦。**
5月洗車予算320万円に対し241万円（予算対比75.3%　前年対比90.3%）総粗利予算350万円に対し250万円（予算比71.7%　前年対比90%）と予算、前年共に大き〈割ってしまった。ドライブスルー洗車の台数は昨年（457台）今年（454台）と、継続していはいますが、オーダー洗車が常50台減少、キーパーが前年（109台）今年（67台）マイナス42台と激減。今後、より良いサービスを提供できるよう、行動します。

鳴海店
マネージャー
成住　翔
24歳

愛知県名古屋市緑区鹿山1-57
TEL（052）895-9100

### 大須店（愛知県）

●33坪

| 19年5月末報 | 大須店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 81 | 203,238 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 18 | 140,876 |
| アクア・ダイヤモンド | 14 | 636,381 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 113 | 980,495 |
| 室内清掃計 | 24 | 49,286 |
| アラカルト計 | 23 | 73,314 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 160 | **1,103,095** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 9,762 |
| 車検・鈑金等 | | 215,029 |
| 売上総合計 | | 1,318,124 |
| **粗利合計** | | **1,118,385** |

**リピート客が増え、洗車台数が増加。**
総粗利予算190万円に対し（洗車180万・カーケア10万）洗車　1,103,095円（先月1,603,924円）カーケア　35,290円（先月15,290円）　合計　1,118,385円 総粗予算は未達成でした。主力商品であるダイヤモンドキーパー・アクアキーパーが不振で好ましくない日々が続き今後の大きな課題となりました。少しでも多くの新規客獲得と魅力ある商品の広告と宣伝活動を今後も続けて行きます。

大須店
マネージャー
結城　勝
36歳

名古屋市中区古渡町20-1
TEL（052）331-9230

### 甚目寺店（愛知県）

●168坪

| 19年5月末報 | 甚目寺店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 173 | 436,952 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 72 | 537,143 |
| アクア・ダイヤモンド | 17 | 590,476 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 262 | 1,564,571 |
| 室内清掃計 | 60 | 134,143 |
| アラカルト計 | 89 | 331,981 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 411 | **2,030,695** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 7,751 |
| 車検・鈑金等 | | 134,133 |
| 売上総合計 | | 2,159,329 |
| **粗利合計** | | **2,127,163** |

**予算まで、一歩足らず、Keepreの増販が課題です。伸長率125%**
洗車予算215万円に対し、実績202万5195円（前年対比125.9%）カーケア予算38万円に対し、実績10万1968円（前年対比60.3%）総粗利予算253万円に対し、実績212万7163円（予算対比84.1%前年対比119.6%）で予算未達成でした。洗車来店台数は前年+27台でしたが、先月より−63台と、大き〈落としてしまいました。今後、手洗い洗車からキーパーへの移行、リピートの向上に力をいれていきます。

甚目寺店
マネージャー
堀　英明
30歳

愛知県海部郡甚目寺町下萱津五反田56
TEL（052）449-2770

### 松戸店（千葉県）

●322坪

| 19年5月末報 | 松戸店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 232 | 568,705 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 99 | 760,352 |
| アクア・ダイヤモンド | 19 | 510,581 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 350 | 1,839,638 |
| 室内清掃計 | 95 | 181,714 |
| アラカルト計 | 150 | 430,952 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 595 | **2,452,305** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 7,007 |
| 車検・鈑金等 | | 924,037 |
| 売上総合計 | | 3,376,342 |
| **粗利合計** | | **3,230,896** |

**板金からの受注率アップで伸長率131%。**
洗車予算:225万円に対して、実績245万円（前年対比:131%）カーケア予算70万円に対して、実績77万8千円（前年対比76.3%）総粗利予算300万円に対して、実績323万円（前年対比112パーセント）予算達成いたしました。今後もコーティングと板金に力を入れていきお客様が満足していただける仕上がり、メニューのご提案をしていきます。

松戸店
マネージャー
多田　昌弘
22歳

千葉県松戸市小金きよしヶ丘4-3-5
TEL（047）340-1902

### 五香店（千葉県）

●164坪

| 19年5月末報 | 五香店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 130 | 324,286 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 82 | 593,243 |
| アクア・ダイヤモンド | 32 | 926,000 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 244 | 1,843,529 |
| 室内清掃計 | 56 | 99,971 |
| アラカルト計 | 119 | 378,733 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 419 | **2,322,233** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 9,517 |
| 車検・鈑金等 | | 238,914 |
| 売上総合計 | | 2,561,148 |
| **粗利合計** | | **2,528,207** |

**予約制の見直しを図り、驚異の伸長率182%!**
洗車予算170万円・前年実績127.1万円・5月実績232.2万円 カーケア予算30万円・前年実績44.7万円・5月実績20.5万円 総粗利予算200万円・前年総粗利171.9万円・5月実績252.8万円 洗車予算達成、カーケア予算未達、総粗利予算達成と言う結果を残すことが出来ました。6月も引き続き、高性能コーティングの商品力を最大限にお客様に知って頂ける商談能力を身に付けるよう努めてまいります。

五香店
マネージャー
萩原　大介
23歳

千葉県松戸市常盤平6-30-8
TEL（047）311-1010

### 相模原店（神奈川県）

●190坪

| 19年5月末報 | 相模原店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 279 | 599,848 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 120 | 832,290 |
| アクア・ダイヤモンド | 33 | 701,368 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 432 | 2,133,506 |
| 室内清掃計 | 140 | 211,820 |
| アラカルト計 | 124 | 301,299 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 696 | **2,646,625** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 6,126 |
| 車検・鈑金等 | | 0 |
| 売上総合計 | | 2,648,312 |
| **粗利合計** | | **2,648,312** |

**黄砂の影響かコーティングが伸びず昨対比89%。**
洗車予算360万円に対し、実績264万円 前年割れ、予算未達成と非常に厳しい結果となり、重くうけとめております。主軸となる商品キーパーの減少、平均単価の低さ、提案力の無さ、待ちの姿勢で惰性に流されてしまった事が顕著にでてしまいました。6月は自分自身をもっと引き締め、スタッフともっとコミュニケーションをとり、攻めの姿勢で臨んでいきます。

相模原店
マネージャー
都築　邦彦
36歳

神奈川県相模原市相模原7-7-7
TEL（042）853-8891

### 北神戸店（兵庫県）

●102坪

| 19年5月末報 | 北神戸店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 157 | 336,571 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 100 | 730,590 |
| アクア・ダイヤモンド | 19 | 266,667 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 276 | 1,333,829 |
| 室内清掃計 | 104 | 246,810 |
| アラカルト計 | 180 | 274,182 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 560 | **1,854,820** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 6,720 |
| 車検・鈑金等 | | 16,205 |
| 売上総合計 | | 1,859,525 |
| **粗利合計** | | **1,855,120** |

**消臭関係はダントツの25台施工　昨対比81%残念。**
洗車予算2450千円、総粗利予算2700千円に対し、洗車実績1843千円（対前年89%、予算対比75%）、総粗利実績1855千円（対前年81%、予算対比69%）で、前年・予算共未達成で終えました。しかし、キーパー6週間以内で施工のリピーターの方が微増ながら増えつつある事とホイールクリーニングをお客様から指名買いしていただけるリピーターの方がかなり増えてきております。

神戸店
マネージャー
山本　尚幸
33歳

兵庫県神戸市北区有野中町1-9-16
TEL（078）987-4180

### 福山新涯店（広島県）

●181坪

| 19年5月末報 | 福山新涯店 | |
|---|---|---|
| 商品名 | 数量 | 金額 |
| 手洗い（水洗い・撥水） | 249 | 525,905 |
| キーパー（ホワイト・フル含） | 141 | 911,333 |
| アクア・ダイヤモンド | 20 | 523,714 |
| 主メニュー合計（来店台数） | Ⓐ 410 | 1,960,952 |
| 室内清掃計 | 137 | 239,905 |
| アラカルト計 | 136 | 238,710 |
| **洗車売上合計** | Ⓑ 683 | **2,439,567** |
| 洗車平均単価（Ⓑ÷Ⓐ） | = | 5,950 |
| 車検・鈑金等 | | 133,324 |
| 売上総合計 | | 2,552,390 |
| **粗利合計** | | **2,507,763** |

**1件のお客様の大切さを痛感。伸長率125%で好調。**
洗車予算230万5千に対し、実績241万9067（前年対比125.9%）カーケアー予算20万に対し、実績8万8696（前年対比203.4%）総粗利予算250万5千に対し、実績250万7763（前年対比127.6%）と、予算達成できました。新規来店数が59台（来店比率13.7%）と少ないことが気になりますが、期待に裏切るとこのない仕上がりを提供することにより、6月も連続で予算を達成していきます。

福山新涯店
マネージャー
田和　勝也
35歳

広島県福山市新涯町5-2-25
TEL（084）954-4551