

📌 情報をお届けする「SS 収益アップニュース」今回のテーマは、

「**秘**業績アップのコツ?！」



- 「モテモテの人生を送る会」って何!?
- 自分が変われば業績も変わる。
- 洗車収益 300%アップ事例研究。

□ 4号完成。今回は、「**秘**業績アップのコツ」がテーマです。

こんにちは 谷口です。早いものでもう10月、今年の夏は変な天気でしたね。みなさんの実績はいかがだったでしょうか？あのような気候にかかわらず洗車収益300%アップしたクライアントさんがいます！（このことは後半で詳しくお伝えいたします）。売るところは売っています。我々も成功事例に学び、日々前進していきましょう！

□「モテモテの人生を送る会」って何!?

最近この会についてのお問い合わせが増えてきたので、この場を借りてお伝えいたします。まず「モテモテの人生を送る会」とは何か？これは私と、友人であり SS コンサルタントである大西利幸氏と2人で主宰している定期的な勉強会のことで、「系列や会社の垣根を越えて情報を共有し、『SS で働く人たちが幸せな人生を送る』そのお手伝いができたらいいな」という考えの基に始めたものです。ここでいうモテモテとは「家族や友人にモテる、お客さんにモテる、部下や上司にモテる、お金にモテる」など人生を送る上で大切な「人」や「モノ」からモテよう！というものです。その中でも、我々の当面の関心事は業績アップ。ですので、現在モテモテの人生を送る会（以後「モテモテ会」と略します）の内容は、「油外収益アップ成功事例発表（3例程度）」を中心に、「マネージャー・経営幹部の悩み解決討論会」とか、「異業種繁盛店ビデオを見てのケーススタディ」「お金をかけない効果的な広告の作り方」「SS 業界に関する新商品紹介」など様々なテーマを盛り込み開催しています。またこの会は、3～4ヶ月に1度程度、1泊2日で関東周辺のホテル・国民宿舎などを利用して行われます。参加者は、私と大西氏のクライアントさんを中心に、基本的にはご興味のある方なら誰でもウエルカムで参加して頂いています。そんなところがモテモテ会の概略です。

そして8月に行われた、第二回モテモテ会の SS マネージャーの成功事例発表の1つにとっても感動的な話がありましたのでその内容をお伝えいたします。

□ 万年赤字 SS のマネージャーの心の中・・・。

そのマネージャーは、「**万年赤字 SS と言われていた店を黒字にした**」という成功事例を話してくれました。この話をわざわざ取り上げたのは、万年赤字 SS に赴任してきた“新”マネージャーがこれを達成したのではなく、その店にずっと勤務していて、今まで黒字にすることができなかった人が、ある日「**自分が変わることで業績も変わる**」ということを体験したものだからです。このマネージャー（以後 F さん）、スタッフ時代の油外販売成績は常に社内トップクラスでした。その実績を買われ、若くしてマネージャーに抜擢されたのです。しかし、SS の実績作りには苦しみます。－（いち）スタッフ時代のように自分の数字だけやればよかったのと違い、お店の責任者ともなれば SS 全体の数字を見ていかなければなりません。自分がやってきたことと同じように部下に売るように言いますが、なかなかできません。彼の売り方は、彼ならではのキャラクターがあってはじめて売れ

ていたので、普通の人が同じことをやってもそんなに簡単に売れません。そして自分なら簡単に出来ることが、なかなか出来ないスタッフに痺れを切らし、「彼らはサボっている。信用できない」と腹を立て、怒鳴り散らしてしまいます。毎日毎日SSでスタッフを怒鳴る日々が続きました。そうするうちスタッフが1人辞め2人辞め、最後はアルバイトまでほとんどいなくなってしまうました。

それから少し経ってFさんが転勤になったところ、その転勤先のSSスタッフが「あなたの下で働くくらいなら辞めます」と言いに来て、実際全員やめてしまったこともありました。こんなこともありFさんはますます人が信じられなくなり、さらに頑なになっていきます。当然のことながら実績も悪く、その状態が何年も続き、本社からは「アイツはマネージャーの器ではない」とか「業績を上げることの出来ないダメマネージャーだ」と言われるようになりました。その時のFさんは、「自分は何をやったらいのかかわからない、部下は信用できない、本社や上司も何もしてくれない」という四面楚歌の状態、不完全燃焼の日々を送っていたのです。こんなFさんに変化のキッカケをもたらしたのが前回のモチモチ会での出来事でした。

□自分が変わるキッカケは・・・。

研修も終わり、夜みんなで宴会をやっている時、自分の悩みである「部下が思うように動かない、ろくに売り上げも上げられない」という話を回りにいた他社のマネージャーに話しました。すると回りからは「お前がダメなんだよ」とか「スタッフが売れないのはスタッフが悪いのではなく、部下を売るように出来ないマネージャーが悪いんだ」とか、中には「部下をキチッと売れるように育てて、彼の給料を上げるようにしてやったり、マネージャーになれるように道をつくってやることがお前の仕事じゃないのか。お前の下についた部下やその家族の生活責任もあるんだぞ！甘えるな！！」など酒の勢いもあってか他社マネージャー達の本音の言葉に蜂の巣にされていました。

この日の夜たまたま私の隣りで寝ていたFさんから、「谷口さん、俺どうして良いかわからないですよ・・・」と今にも泣きそうな表情で相談されました。私は「みんなもFさんと同じような思いをして現在に至っているんですよ。だからFさんの気持ちは痛いほどよく分かるんじゃないかな・・・。厳しい言葉でエールを送っているんだと思うよ」。そう言って私はスグに寝てしまいましたが、彼は朝方まで悩んで眠れなかったようです。同じSSマネージャーという立場であるのに「売れないのはスタッフが悪い」と思っている自分と、「スタッフが売れないのはマネージャーである自分が悪い」と思っている他社の所長や、それどころか「部下を売れるようにして彼の給料を上げるようにしてやったり、部下がマネージャーになれるように道をつくってやること」が所長である自分の仕事だ。自分の下についた部下やその家族の生活責任もあるんだ」と自覚してSSを運営しているマネージャーの存在に相当なショックを受けたのです。

□自分が変われば業績も変わる。

彼が変わっていくのはここからで、その頃彼の会社をコンサルしていた大西氏に相談したり、本を読んだり、この時知り合ったマネージャーの所へ会いに行ったりと動き始めました。そしてスタッフとの関係改善のためにヒントをつかんだ彼が一番始めにやったことは、①「社内を気にしないこと」。社内を見てしまうと、自分より楽している人が給料・休みが多かったりすることがあり、それでやる気を失ったりします。また、自分より頑張っていない人を探して「彼より自分はよくやっている」と変に“やっていない自分”を納得させたりしてしまうこともあります。これを回避するためにも、社内をあまり気にしないことにしました。そして次にやったことは、②「SSでは常に笑顔でいよう。どんなことがあってもスタッフを怒鳴り散らしたりしないようにしよう」ということでした。しかし、これが難しい。何故ならFさんはそれまで何年もSSでほとんど怒っているか、若しくは怒った顔をして過ごしていたからです。そこで彼がやったことは、「寝る前と起きた直後に鏡を見て笑う練習をした」のです。それも毎日毎日。始めはスグ怒ってしまっていたがだんだん笑顔でいられるようになりました。少し経ってスタッフから話しかけられるようになりました。「最近のマネージャーいつもニヤニヤしていて気持ち悪い」とか、「なんかいいことでもあったんですか?」とか。これはすごいことです。なぜなら、Fさんは仕事のこと以外でスタッフから話しかけられたことがなかったからです。心なしか、SSの雰囲気も明るくなったような気がしてきました。以前と違いスタッフと軽口が言い合えるようにもなりました。

□ キャンペーン大成功！みんながやってくれた！！

そこでFさんは頃を見計らい、ATF キャンペーンをやることにしました。そのころにはSS ミーティングも以前と全く違うものになっていました。今までなら、「〇月〇日からキャンペーンを行う。その時は〇〇〇をしてもらうから良く覚えておくように！」などとFさんが一方的にしゃべって終わり。会議は水を打ったようにシーンとしていたのです。しかし今回は違っていました。「来月こんなキャンペーンをやろうと思う。成功させるためにどんなことやったらいいと思う？みんな意見を聞かせてくれないか」と聞いたところ、いままで会議ではほとんど発言しなかったバイト君まで、ああすればいいこうすればいいと言ってくれたのです。Fさんはあらかじめ自分で考えていたことと同じことを言ったスタッフの意見を採り上げて「これはいいな！〇〇君の意見を採用したいんだけどみんなはどうだ？」と聞き、彼の意見を採用したように演出し、キャンペーンの主演をスタッフにしていたのです。そしてみんなでポスターを手作りしたり、ATFの飾り付けを行ったりしました。そしてキャンペーンスタート。結果は1ヶ月で1キロリットルを販売しました。もちろんこれはFさんの新記録ですし、このSSのギネスでもありました。今までは、言っても言っても出来なかった「店頭での見積み配布」が信じられない位高い比率で出来るようになりました。期間中は、スタッフを2チームに分けて対抗戦をやったり（これはスタッフが提案したこと）、目標達成したらみんなで焼き肉に行こうと決めたりもしました。結果的にこのキャンペーンの販売結果が黒字の決め手になりました。会社はとても驚き「アイツもやるときはやるなあ」など見直されたのでした。しかし、Fさんが一番嬉しかったのはスタッフが「やりましたね！」「達成ですね！」と一緒に喜んでくれたことです。この発表の最後にFさんは次のように言いました。「今までは、『スタッフがやってくれないだったら自分1人でやってやる。人の力は借りない！』と頑なに思っていました。でも実際は1人でやれるわけありません。お店はみんなで作っていくものです。SSのみんながいてくれたので今回は黒字を達成することができました。スタッフに感謝するということがどんなものか身をもってわかったような気がします。そして自分のSSのスタッフを誇りに思えるようになりました」。彼の発表の後は普段より少し長めの拍手が続きました。

□ 我々の学び。

この話から我々が学ぶことは「コミュニケーションの大切さ」だと思います。多くのSSを見てきた経験上、売れているSSはコミュニケーションが取れています。社長とマネージャー、マネージャーと社員、社員とアルバイトのコミュニケーションが取れているのです。逆に売れていないSSは、社長の考えが全くマネージャーや社員に伝わっていなかったり、マネージャーとスタッフにほとんど会話がなかったりします。今は人数が少なくなっているので物理的に会えない・会話ができないということもありますが、売れている店は工夫をしています。連絡ノートを作ったり、メールを使って、お互いの考えていることや悩みなどを共有したりしています。「そんなことで業績アップするのか？」と疑問を持つ方もいらっしゃると思いますが、実はこれがとても大切なことです。少しこのことを検証してみましょう。

□ 人を“やる気”にさせる心理的アプローチ。

すでに心理学的にも証明されているように、人間は「自分は安全である」という欲求、また「自分は大切にされている(認められている)」という欲求が満たされて始めて「競争環境」に入っていけるというものがあります。つまり、この「自分は安全である」「自分は大切にされている(認められている)」という2つを認めてあげることが、社員やスタッフを“やる気”にさせる土台作りになるのです。逆に言うと、この2つが認められていないと“やる気”が出ないということです。幹部の方は是非ここを認識しておいて欲しいと思います。

(※ごくたまに、こんなことをしなくても自ら道を切り開いていく人もいますが、それはほんの一握りで、そんな人はほとんど存在しないと思った方がよいでしょう。)

ではこの「自分は安全である」ということを感じてもらうためには何をやればいいのか？それは、「わからないことは教えてあげる」ことです。つまり“知らない”という理由で相手を叱ったりしないこと。誰でも初めは知りません。知らないことを聞いたら「お前そんなことも知らないのか！」と怒鳴られたら萎縮してしまって次から聞けなくなります。「わからないことは教えてあ

げるからいつでも聞きに来なさい」と言い続けることが大切です。また、ミスをしたら罰金などで責任を取らせるというのも不安を与えてしまいます。上司であれば、「**ミスしたら俺が責任もってやるからどんどんトライしろ**」という環境を作ってやる**ことが大切です。**それをやっておかないと、部下の考えとしては「何かやってミスをしたら責任を取らされてしまう。それならなるべく何もやらない方が安全だ」と思うのです。つまり「**ミスしたら俺が責任もってやるからどんどんトライしろ**」という環境を作っていない店は「**ミスしたらお前の責任だからな。俺は知らないぞ**」というメッセージを垂れ流していることと同じことなのです。これでは安全感を持って仕事できません。(但し、例外もあります。何度言っても同じミスを繰り返す人がいますが、このような人は初めからこちらの話を聞くつもりのない人なので、罰金罰則を課す方が効果的なこともあります。)

また、「自分は大切にされている(認められている)」ということを感じてもらうためには何をやるか?この場合は「**困っていることはないか**」とか「**やってみたい仕事はあるか**」とかを定期的に聞いてあげることです。また、**少し困難な仕事を任せてみることも良いです。**女の子だからということでオイル交換をやらせていないSSは、「オイル交換の仕方教えてやるからやってみるか?」とか言ってあげることです。そうすると「自分は認められている」と感じて、その少し難しい仕事を「一生懸命やってみよう」という気持ちが生まれるのです。こうやって書くと当たり前のことばかりですが、これが出来ていないお店が多いのです。ですので、思い当たるSSは改善に取り組んでみてはいかがでしょう。その際は、まず**個別ミーティング(個人面談)をやってみることをお勧めします。その時に「仕事をする上で困っていること」や「やってみたい仕事」などについて話を聞いてあげてください。**すぐにその問題が解決できなくても上司と問題を共有したという安心感を与えることができますし、悩みを聞いてくれるということは「自分は大切にされている」という満足感を与えることが出来ます。これはお店を良くするためにとても大切なことです。是非時間を作ってやってみてください。やればお店の雰囲気良くなって、必ず売り上げアップに繋がります。

□ 洗車収益300%アップの事例研究。

さてそれでは洗車300%アップを実現したSSの取り組み内容をお伝えしていきましょう。まずはこのSSのプロフィールですが、千葉市内のSSで、1店舗のみ運営の会社です。メンバーは、2代目である所長と彼の父親である社長、母親の3名を中心に、アルバイト5~6名といったところ。ガソリン販売量は100KL弱。運営力はきわめて普通。周辺は大規模なセルフSSが乱立する厳しい商圈です。このSSの洗車収益は平均30万円/月でその状態が何年も続いている状況でした。それが今年8月、突然100万円を突破したのです。そんなSSが、一体どうやって洗車収益を改善していったのかを解説していきます。

□ 成功する立ち上げ手順。

まずこのSSが始めにやったことは、**①腹を決めた**ことです。毎年厳しくなっていく環境の中、このままSSをやっていくのか、それともいっそ閉鎖するのかという選択に結論を出しました。「厳しい環境ではあるけれども、それはどこも同じ。できる限りのことをやっていこう」また、「これまでと同じことをやっていたって同じ結果しか出ない。自分たちが変わろう!」と決めたのです。そして次にやったことは、**②油外収益を上げている成功店(特に洗車)の見学に行ったのです。**「百聞は一見にしかず」の諺通り、成功事例を自分の目で確かめに行ったのです。また、成功店を運営している経営者の方と話し、その油外収益に対する「こだわり」、スタッフへの要求の「厳しさ」などにも触れ、このSSと同じような厳しさで自社でもやれるものなのかを考えました。そして、**③「成功事例を素直に取り入れやってみよう」という新たな決意をしたのです。**心を決めたら次に**④説明・説得です。**所長一人がやる気になっても他の人はなぜ彼がそんな気持ちになったのかも分かりません。そのためにはみんなが理解できるように説明しなければなりません。当然のことながら新しいことをはじめる時は摩擦があります。基本的に人間は「新しいこと」「初めてのこと」をやるのが嫌いなのです。ですから、この摩擦を解消するため社内ミーティングを重ねました。「自分たちのSSをどうしていきたいのか」「なぜこの事業に取り組むのか」「取り組んだ結果、われわれのSSはどうなるのか、自分たちの給料や生活はどうなるのか」について話し合いました。言葉だけでは信じてもらえない人には現地に見学に行ってその目で確認してもらいました。この過程を踏まえたことでSSスタッフ全員とアルバイトに至るまでが「この方向で行こう」とひとつになることが出来たのです。ここまでが第一段階です。

※経験上、この部分がしっかりしていないと新しい活動を成功させることは難しいと思います。新しいことをやるときはいつもスムーズに「こと」が運ぶわけではありません。そんな時この第一段階を飛ばしてしまっていると必ず、「ほう見ろ、だから俺は反対したんだ！」などという雑音(慎重論?)が入ります。雑音だらけならまだしも、その主が社長や会長だった場合「お金を出さない」という手段により、活動中止を余儀なくされることがあります。またその声が現場スタッフの場合は「業務が増えました、大変でやりきれません。すぐ止めましょう。もし続けるつもりなら、人を補充してください」と言ってきます。新しいことをやろうとしているのです。業務が増えるのは当然です。「なぜこの事業に取り組むのか」「その結果、われわれのSSはどうなるのか、自分たちの給料や生活はどうなるのか」をしっかり話しておかないと「残業が増えるからいやだ」「忙しいのはいやだ」となってしまうのです。ですので、この第一段階がとて大切なのです。全員が納得するまでしっかり話し合うことです。この時どうしても納得できない人がいる場合は、せめて3ヶ月だけでも協力して欲しいと期限を切って協力を要請してみることで、期限を切り切羽詰った状況で取り組むことが、結果として立ち上げのエネルギー源にもなり、良い結果が出せることが多いのです。

そしてここから第二段階。いよいよ**⑤洗車訓練です**。まず所長が成功店に数日間技術を教わりに行きました。帰ってきてからは、来る日も来る日もアイドルタイムを使いスタッフに訓練です。その間約1ヶ月。ここも大切なところで、自分たちの商品に自信を持ってお勧めできるかどうかがお客様の反応を決定します。このSSは徹底的な訓練を行うことで、アルバイトに至るまで「ウチの店以上の仕上りの良い洗車はこの地区にはないぞ!」と思わせることが出来たのです。それが出来たことでスタッフ全員が「ぜひ、当店で洗車やってみてください。必ず満足させます!」と胸を張って言うことができるようになりました。

□肝心要の集客。

そして第三段階の**⑥集客です**。いくら素晴らしい商品・技術があってもお客さんがそれを知らなければ存在しないのと同じ。ここをおろそかにしてはいけません。

※時々この部分を勘違いしている方がいますが、「素晴らしい商品・技術があればお客さんは勝手にやって来てくれる」と思っていることです。もちろんこれも間違いだとは言いませんが、時間が掛かりすぎます。投資した分は素早く回収しなければなりません。今のようない厳しい状況下で「まあ、いつの日か売り上げがあがればいい」などと悠長なことを言ってられるSSは少ないでしょう。だからこそ集客活動で一気に立ち上げることが重要なのです。「短期間に投資分が回収できること」はもちろん、一気に立ち上げるメリットは、「新商品は“導入時”に最もお客様の注目を受けること」「SS側も新鮮な気持ちでやる気になっていること」また、早い時期に実績が出ることで、「自分たちの向かってる方向は間違っていないんだ」という「自信」と「確信」が得られることなどです。

そこで集客活動として今回やったことは、**⑦「洗車に強いSS」というイメージを作ることです**。まずはじめに、SSの顔を変えました。今までは普通のSSにしか見えなかったお店を、一目で「洗車に強いSS」が伝わるように「看板」「のぼり」を工夫し訴求しました。日本人は「目から入ってくる刺激」に反応しやすいのでここはとて大切なところです。次にやったことは、洗車お試し券の配布。いくら「素晴らしい洗車です」と言ったところでやってもらえなければその良さは伝わりません。そこでまずは一回試してもらい、そんな機会を与えることが目的です。5000円割引券を配りました。内容は、500円引き券×10枚で5000円引きです。洗車1回につき1枚使えます。有効期限は1ヶ月。しかしこの期間に10枚全て使う人はいないので、家族・友人・知人に譲渡OKにしました。この内容を、「活動10日前からの店頭チラシ配布」「活動スタート時の商圈折込チラシ」「商圈ポスティング」「既存客へのDM発信」などで告知しました。告知コストは極力抑えるよう、安い看板屋や印刷屋を探したりといったところから、看板の設置は自分たちで行うとか、他社の割引券といっしょに印刷して一枚あたりの単価を安くしたりなどしました。この内容を「行動スケジュール表」を作り、確実に1つ1つやっつけて準備をしていったのです。そして活動スタート。スタート後も**目標グラフをスタッフルームに貼りだし、日々みんなが実績を追っていったのです**。その結果が100万円という数字になったのです。紙面が尽きましたので今回はここまでにします。次回のニュースレターではこの「集客」の部分をさらに詳細に解説していきます。参考になりましたか?次回をお楽しみに。

(スキルパス SS顧客獲得会 代表 谷口竜司)

お知らせ

- ★ ニュースレターへの「ご感想・ご意見」「取り上げて欲しい情報」などありましたらお気軽に FAX・E メールをください。返信いただいた方の中でご希望の方に「油外収益アップミーティング」を1回無料にて実施いたします。
※その場合はこのシートを使用してください。

ファックスナンバー: **045(971)7393**

メールアドレス: ryu@hs.catv.ne.jp

無料「油外収益アップミーティング」を申し込みます。

- ご感想・ご意見のみでも大歓迎です。**匿名でも構いません。忌憚のない意見をうかがえればと思っております。「油外収益アップミーティング」を申し込まなければ“悪い”などと思わないでください。私も忙しいので**訪問希望が多い場合は調整させていただきます。**
- ミーティング希望者には、**スキルパスから電話連絡の上、「テーマ」「日時」を決定いたします。時間は2時間位**を予定しております。
- 出張交通費は実費いただきます。**但し、横浜市・川崎市・東京23区内は無料です。

御社名	御名前	御役職
御住所 〒		
御電話	ファックス	e-mail
業種・マーク(元売・商社・特約店・販売店及びマークを、具体的にお書きください)		
ご感想・ご意見(スペースが足りない場合は別紙添付してください)		

FAX(ファックス)ナンバー : **045-971-7393** スキルパス SS 顧客獲得会 代表谷口 行き