



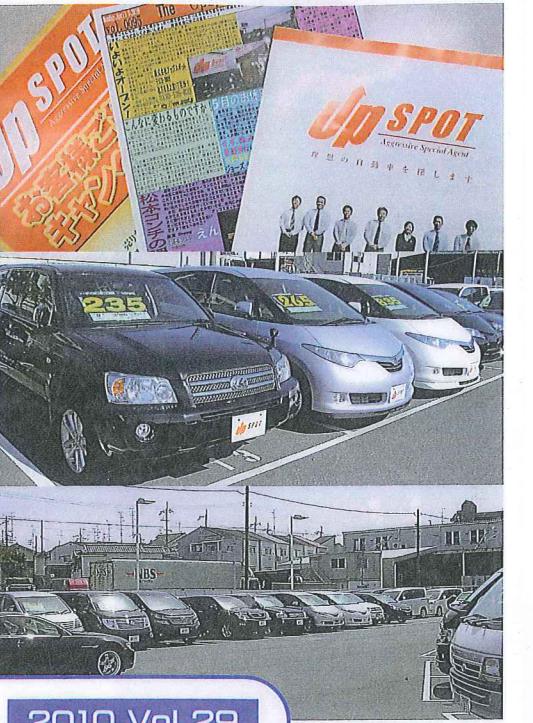
VOICE 2010 Vol.29

「良い車だけれど高い」「高いけれど良い車」。これらは似て非なる。価格と内容のバランスが図られているのは後者。前者はお客様の期待を裏切る。社名の由来を聞いてナルホド。業績が堅調に推移している販社は、どこかが違う。何かが違う。中古車ビジネスの、各スポットにおけるクオリティ、レベルを確実にアップさせているのが、大阪府枚方市の株式会社アップスポット。若きリーダー、平野厚史氏のVOICEをお届けします。



株式会社 アップスポット

代表取締役
平野 厚史



アップスポットについて

アップスポットは平成13年設立です。私はそれまで、トヨタの新車セールスを約6年間を経験してセールスの基本を習得。その後2年間、中古車販売の方法を模索して、アップスポットを設立しました。そして満を持して、自分が目指す中古車販売のスタイルを実現させるために、今年の4月に500坪の大型店舗へ移転リニューアルする運びとなりました。10年目を迎えて新たなスタートです。在庫は元々80台規模でしたが、旧店舗は小規模な倉庫型でしたので、展示はわずかで、ほとんどはストックヤードにありました。ですから、新店舗で展示場が一気に拡大され、在庫をすらりと“表”に出すと、顧客や取引先から「こんなに在庫があったの？」と驚かれますね(笑)。日々、「アップスポットってどういう意味ですか?」と聞かれますが、その由来に深い意味はないですよ(笑)。しかし、全く無いわけではありません。実は設立前、会社名を考えていた時、自宅にあった学習机の電気スタンドに「アップスポット」と言う名前が付いていたんですよ。高さが調整できるタイプで、メーカーが「このスタンドはすごい!」というアピールをしたくて名前を付けたんでしょうね。私はそれを目にした瞬間に「これだ!」と閃きました。電気スタンドは、暗くて見難いところに光を当ててくれます。どうしてもグレーなイメージが拭えない中古車に「光を当てたい」と思っていたお店のコンセプトと、電気スタンドの機能がダブりました。それから、「机のアップスポット」は、高さが調整できました。当時の学習机のスタンドは固定式がスタンダードでしたので、斬新だった記憶がありますが、それが、お客様別のフレキシブルな応対で、人間関係の構築と強化を目指していく自分のスタイルと、これまたダブったんです。そうなると、「社名はアップスポットしかないわ!」となって、決めてしまいました(笑)。イメージカラーはオレンジです。オレンジには、優しさ、暖かさ、甘酸っぱさ…色々なイメージがありますが、自動車販売店では珍しいカラーであり、個人的にも好きな色なので採用しています。経営理念とか、偉そうに言えることは何もありませんが(笑)、一貫するキャッチコピーは、「笑顔もあいさつも一流のお店 ~アグレッシブスペシャルエージェント~」です。人も商品車も第一印象の良さを重視して、お客様を温かくお迎えするのが、我々、アップスポットです。

アップスポットのごだわりとは

アップスポットの社名にも込めた思い…、「お客様が見たいところに光を当てるお店」は変わっています。当店の展示車に修復車は一切ありません。ギリギリOKや微妙なもの(かろうじて修復歴無扱い)もありません。高年式、良質車ばかりで品質には絶対の自信がありますから、それを正直にお客様にお伝えすることを徹底しています。オークネットのTVオークション、共有在庫をフルに活用させて頂いていますので、全展示車にはAIS検査を付けています。もちろん、車両品質評価書も活用していますよ。これは、商談のクロージングで使えますね。(車両品質評価書)お陰で、成約に結び付くケースが多くてありがたいですよ。しかし、最近は(車両品質評価制度)他でも始めているでしょう?それは、いち早く始めたウチにとってはちょっとねえ…と思います(笑)。車の価格は、品質にこだわる分、高い!(笑)。広告にも「当社の車は少し割高です」と謳っていますので、間違いないですよ(笑)。それでもお客様は、お目当ての車を見に来ますが、それは、自社の価格の安さだけを求めるわけではない、ということです。価格以外で、接客、サービス面で満足を提供することで、価格競争から抜け出しができるのです。「当店は安さに自信あり!」と謳うところが多いですが、それだとお客様は「高いなあ」と言ってしまいます。はじめから「高いです!」と語っておけばそんなことはありません。『良い車だけれども高い』と『高いけれども良い車』どちらも同じ様な言葉ですが、本質は全く異なります。前者の「良い車だけれども…」はお客様が期待を裏切られた時に感じるもので、後者の「高いけれども…」は価格の理由が明確になっているものです。我々は「高いけれども良い車」にこだわっています。それを理解してくれるお客様とは、永いお付き合いができますからね。接客については、身だしなみをきちんとするのはもちろん、笑顔もあいさつも一流的のお店を目指していますので、全スタッフ、いつも笑顔です。WEB経由の新規問合せ対応でも、店頭接客とスタンスは全く変わりません。その気持ちちは、文面や対応のスピードに表れますから。WEB問合せの約8割は他府県から来ますが、納車は全て担当者が行います。遠方のお客様でも、一度は顔を合わせておきたいのももちろんですが、それ以上に、「お客様は、決して遠いお店で車を買ったわけではありません。今日、こうして私がお届けに伺えるぐらいの距離なんですよ。」というメッセージを込めることで、お客様に安心してもらうことがあります。そ

の思いが伝わっているのか、遠方のお客様からのご紹介にも助けられています。お取引先様にも、あいさつ、感謝の気持ちを忘れないようにしていますが、その甲斐あって、お取引先様が口コミで当店を紹介して下さり、成約に結び付くケースがよくあるんですよ。オークネットの福山さん(営業担当)が「皆さんが温かく迎えてくれるからお力になりたいと思う」とおっしゃいますが、素直にうれしいですね。何かと協力を仰ることが多いお取引先様を大事にすることは、お客様へのサービス向上には欠かせない要因のひとつです。人材の新規採用基準は、基本的に笑顔で身だしなみ重視。技術と知識は教育で後付けできますが、人間性は先天的ですからね。営業は、基本的にネクタイ着用です。私は新しい中古車販売店のスタイルを求めてアップスポットを立ち上げましたが、何もかも革新的にするではなく、良いもの、良いこと、安心感があるもの、信頼されること、そういうのは変えることなく、大事にしていかたいと思っています。



アップスポットのこれから

毎月、顧客向けに『アップスポットタイムズ』という新聞を発行しています。間もなく、第100号になるのですが、その数字は、当社の歩んできた歴史でもあります。設立時は、20代で若かったので「会社を大きくして、運転手付の車で出社する!」そんな夢を見ていきましたね(笑)。今は、弊社を取り巻く全ての方が幸せになるのが一番の願いです。それから、将来、スタッフの皆が独立することを望んでいます。その支援はしてあげたいですね。しかし、それとは裏腹に、皆、すっかり定着してしまっています(笑)。スタッフには感謝していますので、何か還元してあげたい、と常に思っています。ささやかですが、年に一度の社員旅行をしており、今年も韓国に行きました。昨期は過去最高益を達成することができ、今期は新しい店舗でスタートを切りましたが、これからもずっと、設立時の思いと、感謝の気持ちを忘れずにいたいですね。



株式会社 アップスポット

代表取締役 平野 厚史
〒573-0005 大阪府枚方市池之宮1-26-1
TEL. 072-805-5600 FAX. 072-805-5700
<http://www.upspot.jp>