

2008年度JOMOステーション販売施策「TACS 2008」について

1. 当社(本社:東京都港区虎ノ門二丁目、社長:松下功夫)は、このたび、2008年度のJOMOステーション販売施策である「TACS 2008」(注1)を策定いたしました。今後、同施策を全国の系列特約店およびJOMOステーションに提案してまいります。
2. 「TACS 2008」の概要は次のとおりです。
 - (1) テーマ:「安心」「信頼」「好感」～ smile life with JOMO(注2)の実現 ～
 - (2) 目的:お客様とのコミュニケーションに重点をおいた「安心」「信頼」「好感」のステーションづくり。
 - (3) 内容:「CS経営の実践」を基本方針として、JOMOステーションの競争力強化に取り組む。また、昨年同様、フルサービスSSIについては「BEP(注3):7以下」、セルフSSIについては「BEP:5以下」を目標とする。主な施策は次のとおり。
 - 系列特約店の経営幹部等を対象としてCS経営を導入するための研修(CS経営導入プログラム)を開催する。「行ってみたいくなる」「入りたくなる」「また来たくなる」を開発コンセプトとする「Value Style」(注4)の認知度向上のためのキャンペーンを行う。
 - ク&ジットカード「JOMOカードライト」を2008年度中に20万枚新規発券する。
 - 新型POS(販売時点情報管理)システムを本年度上期から順次導入する。
 - 2007年度に導入した「フィールドコミュニケーションプログラム」(注5)の展開により、お客様とのコミュニケーションの「量」と「質」を高める。
 - 2006年度に導入した「ミステリーショッピング」(注6)の活用により、お客様目線のサービスの浸透を図る。
 - 新ユニホームを本年5月から順次導入する。

(注1) TACS

Top of Area to Customers' Satisfactionに由来する造語で、「お客様満足により地域一番店を目指す」を意味する。

(注2) smile life with JOMO

お客様がほっと立ち寄れる場所になれば、気軽に休める楽しめる場所になればというキャッチフレーズ。

(注3) BEP

ステーション運営における損益分岐点(break-even point)のこと。

$$BEP = \frac{\text{ステーション経費合計} - \text{メンテナンス収益} - \text{灯油収益}}{\text{ガソリン+軽油の販売量}}$$

(注4) Value Style

2005年から当社が提案しているJOMOステーションの新しいスタイルのことで、より多くのお客様に継続してご来店いただける店舗づくりを目的に、「行ってみたいくなる」「入りたくなる」「また来たくなる」をコンセプトとして開発。「視認性を高めた統一感のあるデザイン」、「安らぎや楽しみのためのスペースの設置」、「接客サービスとクリンリネスの高品質化」を特長としている。

(注5) フィールドコミュニケーションプログラム

お客様との信頼関係構築を目的としたプログラムで「声かけアプローチ」から「点検・報告」「受注・作業」および「アフターフォロー」までにおいて、お客様とのコミュニケーションに重点をおく。

(注6) ミステリーショッピング

ミステリーショッピングとは、お客様にとっての店舗の魅力を分析・評価する調査手法のこと。当社ではJOMOステーションの総合営業力調査として2006年度下期から実施している。調査員が、お客様を装い、店舗の接客や清潔感、商品の陳列等の項目をチェックし、不満とされた点を改善することで、サービスの質を高めることを目的とする。

以上

● 【参考資料】TACS 2008

