

2004年度JOMOステーション販売施策「TACS 2004」について

1. 当社(本社:東京都港区虎ノ門二丁目、社長:高萩光紀)は、このたび、2004年度のJOMOステーション販売施策である「TACS 2004」(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 2004」の概要は次のとおりです。
 - (1) テーマ:『FACE UP!』(注2)
 - (2) 目的:地域No.1の顔と競争力を持つ店舗づくり
 - (3) 内容:「小売店舗としてお客様に支持されるお店づくり」、「競争力のある店舗づくり」および「人材育成の取組み強化」を基本方針として、次の諸施策を実施する。

また、フルサービスSSについては「BEP(注3):7以下」、セルフSSについては「BEP:5以下」を目標として取り組む。

 - 1) 「行ってみたいなる」「入りたくなる」「また来たくなる」を開発コンセプトとして、JOMOの新しいスタイル<Value Style>を提案する。
 - ア) 接客およびクリンリネスの基本の見直し(接客マナー研修・クリンリネス研修を全国各地で開催)。
 - イ) 「Value Style」モデル店の開発・検証。
 - ウ) 従来から行っているCSサーベイやSS競争力調査に加え、お客様の居心地の良さに関する調査「Value Style調査」を新たに実施。
 - 2) 強化策をより具体的に提案する観点から、優秀SSのポイントを紹介する事例集を作成し配付する。

また、これまでの個別強化策(JOMOカードプラス、ボディケア、カーケア、異業種併設等)を継続して展開する。
 - 3) 各運営店における人材育成・教育に関する診断を実施し、その結果を基に当該運営店にあった人材育成プランを作成・実行する「JOMO人材育成プログラム」を提案していく。

(注1) TACS

Top of Area to Customers' Satisfactionに由来する造語で、「お客様の満足の地域一番店」を意味する。

(注2) FACE UP

厳しい経営環境に対して「正面から立ち向かわなければ勝ち残れない」という意味を込めたスローガン

(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。

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

● 『TACS 2004』



以上