

# なんでJOB



まえかわまさのり  
枚方本店 店長 前川 正法

2019年、株式会社ジョブカーズに入社し、現在は枚方本店店長を務める前川正法さん。入社から2年目に社内販売キャンペーンで1位に輝き、特典の「上流階級ツアー」に参加しました。その豪華ツアーでの体験を通して、「上流を知ると、下流が見えてくる」という吉村社長の言葉を実感したと言います。その当時の心境や1位になるために工夫したこと、今年のキャンペーンへ向けての意気込みなどを伺いました。

### 入社の経緯を お聞かせください。

前職は高槻市で中古車販売の仕事に携わっていました。全部で3店舗とジョブカーズよりも規模の小さい販売店で、あるとき新店の出店計画の話が持ち上がります。私もそのメンバーの1人として声をかけられていたさなか、代理店経由でジョブカーズからヘッドハンティ

ングの話をいただいたのです。今よりも規模の大きい販売店で挑戦したいと思い、ジョブカーズへの転職を決め現在に至ります。

### 「上流階級ツアー」とは、 どのようなものでしたか。

まず朝から送迎車で迎えがやっけます。送迎車を運転するのは、販売キャンペーンで最下位となっていたチーム。社長の家に集合し出発式を行った後、京都へ向かいました。

到着するなり、ランチは湯豆腐の名店「南禅寺順正」で、日本庭園を見ながらの懐石料理。その後は銀閣寺などの寺社をめぐり、ディナーまでの空き時間にフォーシーズンズホテルでアフタヌーンティーをたしなみました。ディナーは祇園の焼肉屋「弘」で牛懐石料理をたんのうし、吉村社長の知り合いの方が経営している木屋町のバーで飲み直して、最後に京都駅

こういうことなのだと感じ入り、非常に勉強になりました。

### 販売キャンペーンで トップになれたのは なぜでしょうか。

実は1位を取る前年、2位としてこのツアーに参加していました。そのときに、1位と2位の間で料理内容などに目に見えて差があり、悔しい思いをしたのです。来年は必ず1位になろうと、強く思うきっかけになりました。キャンペーンは8〜9月と期間が決まっているので、前月、前々月ごろからは自分の固定客への声かけなどを積極的に行っていました。店舗の活動としてはネットに掲載する車両の台数を上限まで増やしたり、金額を調整したりといった内容の見直し。また、営業以外では車検や整備獲得にも力を入れ、チーム一丸となってがんばった結果だと思えます。

### ツアーを通して感じたことを 教えてください。

ふだん、友人や家族とは行きにくい敷居の高い名店のおもてなしを通して、社長の「上流を知ると、下流が見えてくる」という言葉を身にしみて感じるようになりました。ツアー後に変化したのは、自分の店舗を見る目線です。トイレの清潔感や、店内レイアウトの見せ方などを意識するようになりました。上流の店はどこを見ても不快感がありません。店内が清潔なのはもちろん、飲み物を出すタイミングなど、こちらの様子をつねに気にして接客しています。職種は違えども、気持ちの良い接客とは

### 今回のキャンペーンでは どのような点を 工夫していますか。

新人販売員が2名入ってきたので、彼らに合った目標を設定し、販売の促進に力を入れています。こういうキャンペーンで販売の楽しさを知ってもらえれば、今後の仕事へのモチベーションにも繋がるはず。最終的には店舗の売り上げにもかわってくると思うので、キャンペーンを通して仕事のやりがいや、チームで店舗を回していくことの大切さを学んでほしいと考えています。

### 最後に、ほかの社員の方への メッセージをお願いします。

2022年度は上位を取れませんでした。今年も上位に返り咲けるよう、ほかの店舗には負けないつもりで、互いに切磋琢磨し合えればと思います。「上流階級ツアー」

## 企業情報

設立年：1985年7月

年商：63億円

※2023年2月時点



代表取締役 **吉村 浩二**さん

# 遂に佳境! 吉村社長の 勵ましの愛のムチ!

8~9月実施の販売キャンペーン。折り返し地点を過ぎ、皆さんには今一度気を引き締めて臨んでほしいところ。そこで吉村社長から激励のメッセージをお届けします。なんと、社長にもかつてキャンペーンでくじけそうになった経験が! どう乗り越え何を学んだのか、あなたにとって大切なヒントとなる秘話、必読です。

**とりにへん…… 突然の  
モーレツキャンペーンで  
従来の3倍額が目標に!**

「街の電気屋」時代のこと。当時、業界の一般的な1人当たりの生産性は180万円。対する私が所属する会社は約3割増の250万円。すでに生産性は高かったのですが、あるとき、社長が仰天話を持ち出しました。「モーレツキャンペーンで、試しに3倍の750万円を1か月であげろ」と。しかも課されたのは私のみ。「え? 私は実験台?」と思いました。しかし、これはある意味、チャンス。臆せず挑戦してみようと、目標数字めがけて業務に集中。くじけそうになったときには多くのお客様からの励ましが支えになりました。頻繁にお客様と交流し、良い印象を抱いてもらっていたおかげで、キャンペーンの話をするたび応援の声が次々と……。それらを励みに真剣に取り組み続け、最終的にこれまでの数字の倍以上、680万円を達成しました。この結果を受け、翌月、全社でキャンペーンを実施。トップセールスは800万円以上を売り上げ、会社の生産性は250万円から350万円へと大幅にアップしました。

**基礎は  
コミュニケーションを  
大切にしながら**

仕事を通じて、人、物、お金などさまざまなことを学びます。それら学びの基礎は人とのコミュニケーションにあります。社内外問わず、人と対話し、交流するなかで、多くを知り、経験するのです。したがって、あらためてコミュニケーションの重要性を認識してほしいと思います。コミュニケーションに際して心がけたいのは言葉遣いやお客様に対する目線、距離感への配慮。上から目線や横柄な言葉遣いは当然厳禁。たとえ立場が近い、おつき合いが非常に長いといったお客様との関係性に見合った適切な接遇を心がけてください。

**NO MORE  
思い込み!  
今の「常識」は  
常識ちやうかも**

それまで持っていた常識は変わり、その結果、新たな発想が生まれることを学びました。キャンペーン前は「このぐらいの数字」「これでいいだろう」と無意識に目標の限界値を決めていました。しかし、キャンペーンで眼前に置かれたのは「750万円」というこれまでの常識を覆した数字。仕事そのものの中身も、お客様への営業スタイルもそれまでとは違う新たな発想を受けて変化していきました。そして、生産性もこれまでの数字から大幅アップと大変貌。常識は変わり、その変化が発想の転換につながるのだと実感しました。

**何よりも  
「自分自身」  
に勝ちや!**

他者と比べることが目標ではありません。あくまでも自分自身と向き合い、それまでの自分に打ち勝つことが目標です。くじけそうになったから、そこから1歩踏み出してください。その1歩が自分の実力になって明日を変えます。自分に打ち勝って新たな自分へと生まれ変わった姿を想像してください。必ず今よりも幸せなことが増えています。自分を信じて!

## 販売キャンペーン中間報告!

# 地の底からの逆転



COOL店 全任  
佐藤 紘士さん

言葉の節々から喜びがにじみ出る佐藤さん。しかし、それもそのはず! 前回の最下位から、今年はなんと1位へと躍り出ているからです! まだまだ油断ならない状況ではありますが、逆転に至った背景を詳しく伺いました!

**01** 8月17日時点で販売キャンペーン1位です! 今のお気持ちをどうぞ!

日々の積み重ねもありますが、本当にユーザー様に助けられた数字です! 5~6月からお客様にご案内を重点的に行いましたが、8月の販売にうまく繋がれたと思います。答えるまでもありません! 嬉しくないはずないでしょう!

**02** 前回の振り返りで「もっとお客様の目に届くように魅力的なものに変える!」「掲載数を底上げする!」という改良点を挙げていました。状況はいかがでしょうか?

**昨年の姿はどこへやら!  
COOLに生まれ変わってます!**

スタッフが1人当店に異動してきました。マンパワーの増強により、複数画像のネットアップまでが非常に早くなったと感じています。より多くのお客様に、車のきれいな状態を見ていただけるようになりました。また、複数枚閲覧できる環境なので、お客様の目にも留まりやすくなっているのではないのでしょうか。前回とは比べものになりません! ご購入いただける要素マシマシです!

**04** チームの皆さんへ熱いメッセージを!

**今夏の熱をさらに上げるのは俺たちや!**

当店は2月にオープンしたため、まだまだ実績の少ない店舗。しかし、20~30代の若い皆さんが中心となり、明るく楽しく活発な雰囲気を出してもらっていると感じています。心配りや目配りなど、皆さんの自主的なアクションを私は見逃していません! そして、今はまさに当店が一番輝く時期。せっかく専門店を作ってもらったので、1位を獲得できるよう全力で頑張っていきたいと思います! **仕事はクールに、気持ちはホットに!**

**03** ズバリ順調に順位を上げられている秘訣は!?

**持てる能力をすべて  
出し尽くすべくフル回転!  
(特別に教えたる……)**

お客様のお悩みをしっかりと把握し、丁寧なご説明を行うこと。そして、ご要望に見合った車両を仕入れるという基本を忠実に実行しています。しかし、もちろんそれだけではありません。当店の強みは、「西日本最大級」という規模。日々の活動を通し、「ジョブカーズCOOL店に来たら何でも揃う!」「あの店に言ったら安心できるわ!」というイメージ作りにも尽力しています。また、管理ユーザーさんとママに連絡を取ることも忘れずに実行! ユーザーさんから「もう少ししたら車検やねん」というお話を聞いていたら、該当する時期に相応の車両を準備。「以前車検だとおっしゃっていましたがいかがですか?」とすかさずご案内します。「**抜けなく漏れなく**」が、**ユーザー獲得において重要ポイント**。ライバルの皆さん、どうですか!? これが1位たる理由です!