

新規車検が3000台を突破 早い・安い・安心+対話型チェーン マッハGoGoGo車検

「マッハGoGoGo車検」(以下、マッハ車検)が驚異的な勢いで車検台数を伸ばしている。

マッハ車検をフランチャイズ展開する㈱マッハFC(玉中哲二社長)の本部工場である「マッハステーション小倉東インター店」(福岡県北九州市小倉南区)の04年の車検実績が3248台に達した。同店は03年12月26日にオープンした新店舗であり、既存客ゼロからスタートしたにもかかわらず、1年目の車検台数が3000台を超えたのは驚異的だ。

絶好調のマッハ車検の車検獲得戦略を追った。

タツノコプロの「マッハプロジェクト」と提携

マッハ車検は、竜の子プロダクション(タツノコプロ)の「マッハGoGoGo」をメインキャラクターにした商品である。マッハGoGoGoは67年4月~68年3月まで、フジテ

レビ系で公開されたスーパーマシン「マッハ号」と、それを操るドライバーの三船剛を主人公としたレースアニメーションである。

タツノコプロでは創業40周年記念事業として「マッハプロジェクト」を推進しており、マッハ車検はその一環として、㈱ビーワン(玉中社長、北九州市小倉南区)とのコラボレーション企画として開始されたものである。そして、そのマッハ車検のフランチャ



玉中社長はドライバーとしてGT選手にも参加している。

イズ展開に向けて設立されたのが㈱マッハFCである。

ビーワンは国内でのレース活動と車両販売を主体にした会社である。年間販売台数は



マッハ車検の店舗はマッハ号のMマークのカラーである赤とチェッカーフラッグが組み合わされ、初めて見た人にも強烈なインパクトを与える店舗外観となっている。

1000台（新車20%、中古車80%）で、展示販売を主体にしている。車検は整備工場を敷地内に設置して実施しているが、年間288台と車販に比べると少ない。

玉中社長は「ビーワンの社名を打ち出すために、年間に3000万円の広告費を使って10年かけてPRしてきたが、自分が考えていた以上に知名度は上がらなかった。顧客の立場に立つと、どれだけ記憶に残るかが重要で、知名度のあるブランドの必要性を感じていた」という。その時にタツノコプロとの提携が持ち上がり、「マッハGoGoGo」というブランドを冠したマッハ車検を開始することになったのである。

サービスはイメージ先行ではなく「質」を重視！

マッハ車検は、ユーザー立会い方式による45分車検で、料金は点検・検査・代行料込

みで1万3650円～となっている。しかし、単に早さや低料金を売るのではなく、レースにおける「ピットワークのような質の高いサービス」でユーザーの満足度を高めてリピート率の向上を図ることを重視している。次回車検のリピート率を60%以上に設定し、ユーザーの視点に立ったきめ細かいサービスを行っている。

具体的には、検査員と整備スタッフ、フロントがコンビを組んで作業を実施する。フロントはユーザーに受入から終了までの工程を丁寧に説明する。法定56項目に独自の44項目を加えた100項目点検の内容を解説。車検中の工場の様子は店内に設置されたパソコン端末（マッハメンテ）で見ることができる。固定カメラからの映像に加えて、ズームカメラやハンディカメラを駆使して、通常なら整備スタッフしか見ることができない車の細かい部分まで、パソコンの画面でビジュアルに見る

ことができる。また、整備スタッフ全員がマイクとスピーカーを組み合わせたヘッドセットを装着しており、点検・整備結果はリアルタイムで説明する。終了後の結果報告もきちんと行うことで、「しっかりやってもらった」というイメージを持ってもらえるように心掛けている。

このシステムは、フランチャイズ1号店としてオープンしている「広島五日市石内バイパス店」が実施していた仕組みを導入したもので、マッハ車検の開始当初から他社との差別化を図る重要なポイントの1つとなっている。

地域トップクラスの給油量集客に大きな威力を発揮

本部工場である「小倉東インター店」は、国道10号線バイパス沿いで九州自動車道小倉東インターが目の前というロケーションにある。元は倉庫だった場所に整備工場・検



整備工場・検査ラインとセルフ給油場を併設した「マッハステーション小倉東インター店」。

マツハ GoGoGo 車検システム



査ラインとセルフ給油場(給油機4台)を設置している。敷地面積は650坪。

スタッフは検査員3名、整備5名、フロント2名の10名体制。商圏は半径10kmで人口は30万人。周辺には車検チェーン店やオートバックスなどの競合店があり、競争が激しい地域である。

その小倉東インター店は03年12月16日にオープンし、1年目の04年1月～12月に3248台の車検を獲得した。これはすべて新規客である。当初は月200台で年間2400台を計画していたので、大幅に上回る実績を上げることに成功した。台当たり売上は3万円

強で、粗利は2万5000円である。車検の伸びに伴って一般整備も増加しており、04年は2357台が入庫した。売上単価は1万円で粗利は8000円。

車検の販促策としては、新聞折込18万枚と月1回の全面広告、ホームページに加えて、給油客への手配りチラシを行っており、この「給油」が同店の有力な集客策になっている。

併設のセルフSSでは04年に3414㍓の燃料を販売、来店台数は13万9011台に上った。これは地域でもトップクラスの販売量で、05年は月平均330㍓を販売している。当初は200㍓を計画していたので

1.6倍以上の量だ。同社はSSを運営するのは初めてで、スタートの2カ月は計画どおりに進んだが、「それ以後は販売量が急速に伸びた」という。

「オープン前は給油は集客が目的だったので、利益は家賃と電気代だけ出れば良いと考えて周辺で最安値の価格で販売したところ、店の前の道路が渋滞してしまうほど給油客が押し寄せてきたので、値段を上げて下から2番目に安い価格にして1日平均450台が来店するようにした。この台数であれば混み過ぎず・空き過ぎず、集客にも丁度良い」と玉中社長は語る。

実際、その思惑どおりの給

油台数の確保に成功したが、「販売価格を上げたために粗利が10%も出るようになり、予想以上に利益が出て人件費まで賄えるようになった」という。つまり、集客目的で始めたSSが集客に加えて収益部門にもなったわけで、これには玉中社長も「嬉しい誤算だった。これで初期投資の1億円も1年半で回収できる目処がついた」と笑いが止まらない様子だ。

05年は4000台の新規車検獲得を目指す

マッハ車検の勢いは05年に入って衰えるどころか増しており、1～3月平均の入庫台数は350台、3月は450台を獲得した。05年は前年比23%アップの4000台の新規獲得を目指す計画である。

現在のように競争が激しい中で、新規出店にもかかわらず1年目から3000台を超える新規車検を獲得し、現在も増



05年は4000台の新規車検獲得を目標としていく。

え続けているのはなぜか。

その解は同社のアンケート結果に見ることができる。

車検客に同店を利用した理由を聞くと、折込・広告40%、看板25%、紹介25%、給油10%となっている。つまり、4人に2人が看板と紹介で来店しており、この2つで全体の半数を占めている。「看板を見ただけで来店するのはブランドが信用につながっている証拠」と玉中社長は分析する。

マッハ GoGoGo は今から37～38年前に放映していた番組なので、主力ターゲットは30代後半から50代前半になると予想されたが、顧客の年齢層を見ると、20代から70代まで幅広く来店しており、半数が女性になっている。このように満遍なく利用されていることも「ブランドの力によるもの」と見ている。

玉中社長は「もともと知名度のあるブランドを利用することで、自社の店舗力を高めることに成功した。近隣にも車検のチェーン店はあるが、知名度は当社がナンバー1である」と絶対の自信を持っている。

「車検は値段だけではないし、安いだけではユーザーはこない。私の会社のピーワンでは車の買取も行っているが、月に5台の実績しかなかった。それを04年10月から



マッハのブランド力でFC1号店の「五田市石内バイパス店」の車検実績も4倍以上伸びている。

マッハの買取看板に変更したところ、それだけで25台と5倍に増加した。これは明らかに安心感やブランド力の差である。〇〇自動車の車検や、〇〇自動車の買取ではユーザーはこない時代になった。経営者の自己満足のブランドではユーザーの目に入らないし、頭にも残らない。顧客の立場に立った店づくりが必要だ」と玉中社長はブランドの重要性を説く。

なお、FC1号店の広島五田市石内バイパス店の車検実績は、02年の497台が04年には2212台に伸びている。

マッハタッチパネルを開発リピートと紹介客を増加へ

新規客の獲得というスタートダッシュに成功したマッハ車検では、すでに次へのステップを踏み出している。

「マッハは店に一步足を踏み入れやすい材料としては打ってつけだったが、今後さらに業績を伸ばしていくためには、リピートと紹介につながる仕組みを持つことが重要」

として、04年11月に「マッハタッチパネルシステム」を開発した。

マッハタッチパネルは、顧客が納得して車検を受けられるように、スタッフと一緒にアニメを使って分かりやすく、楽しく車検の結果をリアルタイムに確認することができるシステムである(詳細は下の写真を参照)。

マッハ車検を受けると、車

両ごとのメンテナンス情報がマッハタッチに管理されるので、顧客はマッハのデータベースにアクセスすれば、いつ整備すればいいかのスケジュールを確認することができる。05年8月からは携帯電話からアクセスできるサービスを開始する。これにより、顧客はいつでも、どこにいても愛車の整備スケジュールを確認できるようになり、「安心

感が高まってリピートにつながる」と期待を寄せている。

また、マッハタッチの導入によって、それまではベテランのフロントマンが行っていた車検の受付を、20才の新人女性でも説明できるようになった。その結果、「ビジュアルに説明できて接客も良くなり、人件費も抑えられる」効果も生んでいる。

玉中社長は「1」にブランド、

マッハタッチ 総合車検タッチパネルシステム (M・DMS)

アニメーションでお客様にわかりやすく楽しく車検や整備が行えるシステムです。お子様からお年寄りまで簡単に操作できるタッチパネルを採用。ご家族皆様で満足できる楽しい車検を実現します。パワエディに選んだメニューでお客様に導きと満足いただけるシステムです。

マッハレジ

車検や整備のお会計が表示されます。お客様が自分で整備をするのかもしれないのが表示できます。整備の詳細画面もありますので、じっくり確認して下さい!

マッハゲーム

マッハのキャラクターでゲームができます。ゲームの結果によっていろいろな特典があります。

マッハアニメ

実際にテレビで放映されていたマッハ000000のアニメを見ることが出来ます。盛りすぐりの2話を観ています。ごゆっくりお楽しみください。

メインメニュー

ここからお客様のためのメニューへ進みます。詳しい説明から楽しく選ぶメニューまで満載です!!

マッハメンテ

車検中は点検内容を画・音・音の信号でリアルタイムに表示します。車検後はご自分の車検のスケジュールや結果を写真付で帰りに見る事ができます。

マッハインフォ

マッハ車検からのお得な情報がいっぱい! しっかりチェックしてみよう!

マッハ保険

自分の保険のタイプを確認できます。お客様にぴったりの保険がきっと見つかりますよ。

マッハタッチはオールインワンタイプPCで設置が簡単です。

マッハフロント

受付業務・お客様管理専用システム

お客様の大事な車の情報をまとめてスタッフが管理するシステムです。お客様の予約から車検の進行状況までしっかりと管理し、サポートいたします! これからのお客様のカーライフを安心して私たちに任せてください!



連携

マッハファクトリー

工場・車検専用システム

実際に検査、工場の整備スタッフが操作するシステムです。マッハ車検の検査項目を検査して、お好みの整備を選択します。マッハの検査項目100項目すべて丁寧にチェックさせていただきます。何か不安な点や聞いてみたい事がございましたら、お気軽にお問い合わせください!



2にマッハタッチ、これからはこの2つが両輪となって相乗効果が期待できる」と意気盛んだ。

また、リピート策の一環として、入会金・年会費無料の「マッハカード」も発行している。クレジット機能付きで次回車検3000円割引、カーレスキューサービスなど各種特典を用意。05年3月時点で発行枚数は3600枚を超えており、予想を大幅に上回る発行数となっている。

06年までにFC店を100店舗まで拡大へ

本部工場とFC店の好調を背景に、マッハ車検はFC展開を加速させる。マッハ車検では、加盟する業者の業種や規模に合わせたフランチャイズ形態を4タイプ用意している。

①マッハステーションタイプ

マッハ車検のデジタルオートステージと指定工場、SSを同一敷地内に設置するタイプ。(デジタルオートステージは整備、車販、買取、保険、用品、板金・塗装の「無在庫商品販売システム」として04年8月に開発)。

②マッハタイプI

デジタルオートステージと指定工場を同一敷地内に設置するタイプ。



整備、車販、買取、保険、用品、板金・塗装の無在庫商品販売システム「デジタルオートステージ」で事業を拡大。「マッハカード」でリピートを確保へ。

③マッハタイプII

マッハ車検の受付フロント機能をロードサイドにサテライトとして設置し、既存の指定工場と結ぶタイプ。

④ライトエ디션タイプ

初期費用軽減タイプの立会い型車検システム。ブランド効果を利用したい企業向けタイプ。

このうち、直営の小倉東インター店が「マッハステーションタイプ」で、FCの五日市石内バイパス店が「マッハタイプI」となっている。

05年のFC計画では、タイプIとして愛知県の整備工場が店舗を改装して7月にオープン、8月には中部地区の中古車販売店の整備工場、9月には長崎県の中古車販売店の整備工場が移転・新築してオープンする予定である。

また、マッハFCでは車検以外にもマッハのブランドを冠した①サービスステーション、②車買取、③オークショ

ン、④板金・塗装とプロジェクトごとに4つのチェーン展開を進めている。

8月にオープンする直営2号店の「小倉南店」は、ビークルを改装して敷地面積を2000坪から5000坪に増床し、すべての事業をフルラインで設置した「オールマッハ店」として1億円を投じてリニューアルオープンする。

なお、本部工場には06年1月から車検のリピーター客が入ってくるため、最需要期の3月には700台を超える車検入庫を予測しており、キャパシティをオーバーする分は2号店の小倉南店で対応する方針である。

マッハFCは06年までに契約ベースで100店舗までFC店を拡大する計画で、4月からは毎月第1土曜日に小倉東インター店で「見学会」を開催している。問い合わせは、五日市石内バイパス店・江守氏082-928-5011まで。