

会社・事業所名 (フリガナ)

アイシーディーエーホールディングスカブシキガイシャ
ICDAホールディングス株式会社

発表者名 (フリガナ)

フルカワミラノ コバヤシサヤ
 古川未来乃 小林咲耶

ICDAホールディングス株式会社 ワウディ サークル



Audi三重四日市
Audi三重津
Volkswagen四日市
Volkswagen鈴鹿

会社紹介

ICDAホールディングスについて

バリューチェーンクロス・ミックスビジネスで
 お客様のカーライフ満足と付加価値を提供し社会に貢献します。

エリア：桑名から伊勢
 店舗数：30店舗
 社員：389人

新車・輸入車販売

HONDA VW Audi

中古車販売

VERSUS PLUS VERSUS U-Select POINT 5

リサイクル事業

MARC

Volkswagen 鈴鹿・四日市 / Audi 三重 四日市・津 ICDAホールディングス

会社紹介です。

私たちICDAホールディングスは三重県桑名市から伊勢市までのエリアで自動車販売を行っています。ホンダ、輸入車、中古車を取り扱い、さらに自動車のリサイクル事業も行っております。

店舗紹介

三重県四日市市 Audi 三重四日市 Volkswagen 四日市

三重県鈴鹿市 Volkswagen 鈴鹿

三重県津市 Audi 三重津

Volkswagen 鈴鹿・四日市 / Audi 三重 四日市・津 ICDAホールディングス

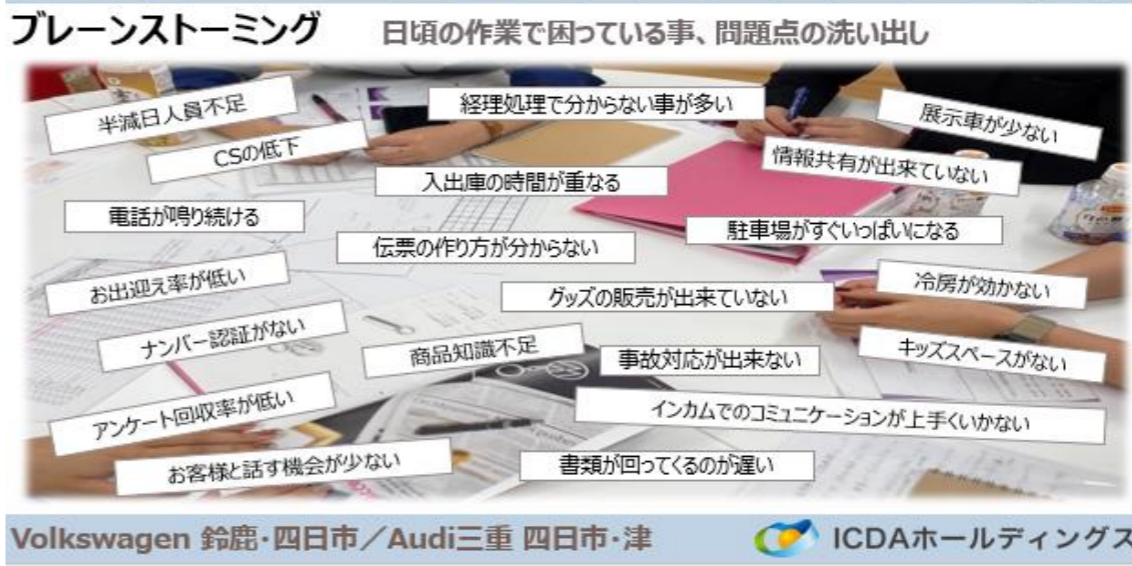
店舗紹介です。

四日市市 **Audi三重四日市店** と **Volkswagen四日市店**
 鈴鹿市 **Volkswagen鈴鹿店**
 津市 **Audi三重津店** があります。

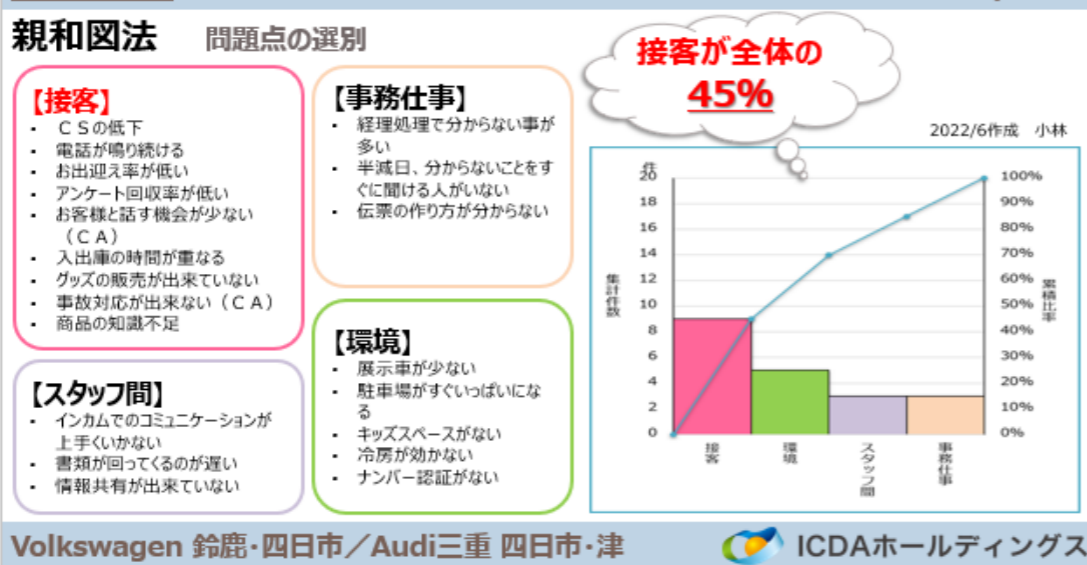
QCサークル紹介	サークル名 (フリガナ)		発表形式	
	ワウディ	(ワウディ)	プロジェクト	
本部登録番号	1773-7		サークル結成年月	2022 年 6 月
メンバー構成	4 名		会合は就業時間	内・外・両方
平均年齢	24歳 (最高 29 歳、最低 22 歳)		月あたりの会合回数	1 回
テーマ暦	本テーマで1 件目 社外発表 2 件目		1 回あたりの会合時間	2 時間
本テーマの活動期間	2022年 6 月~2022年 11月		本テーマの会合回数	6 回
発表者の所属	Audi 三重津・Volkswagen 鈴鹿		勤続	4・4 年



サークル名はワーゲンとアウディの頭文字から取り、ワウディです。現在のサークルレベルはDゾーンなのでBゾーンを目指します。



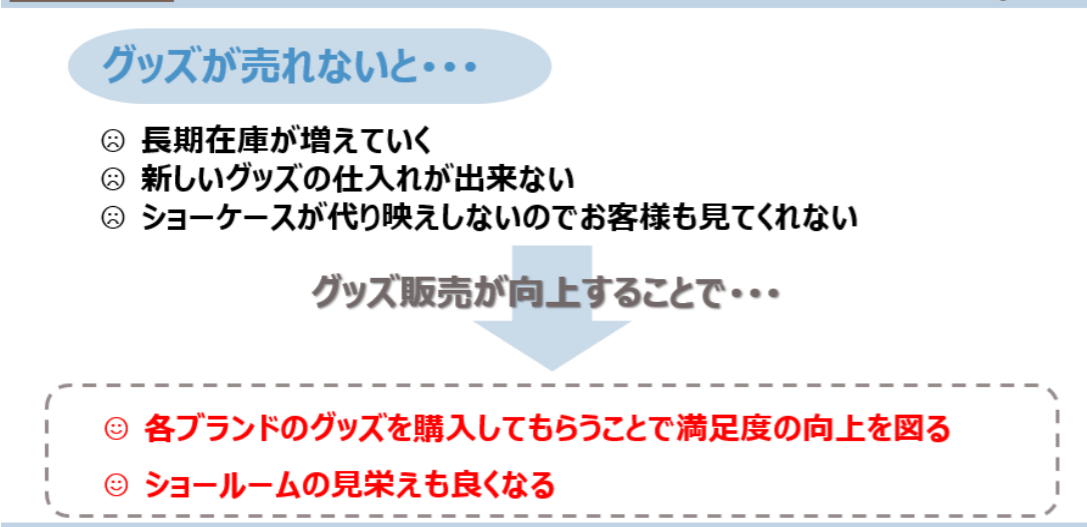
わいがやを行い日頃の作業で困っていることや、問題点の洗い出しを行いました。



親和図を使って接客、事務仕事、スタッフ間、環境に分類し、パレート図に表すと接客が45%を占めていることがわかりました。



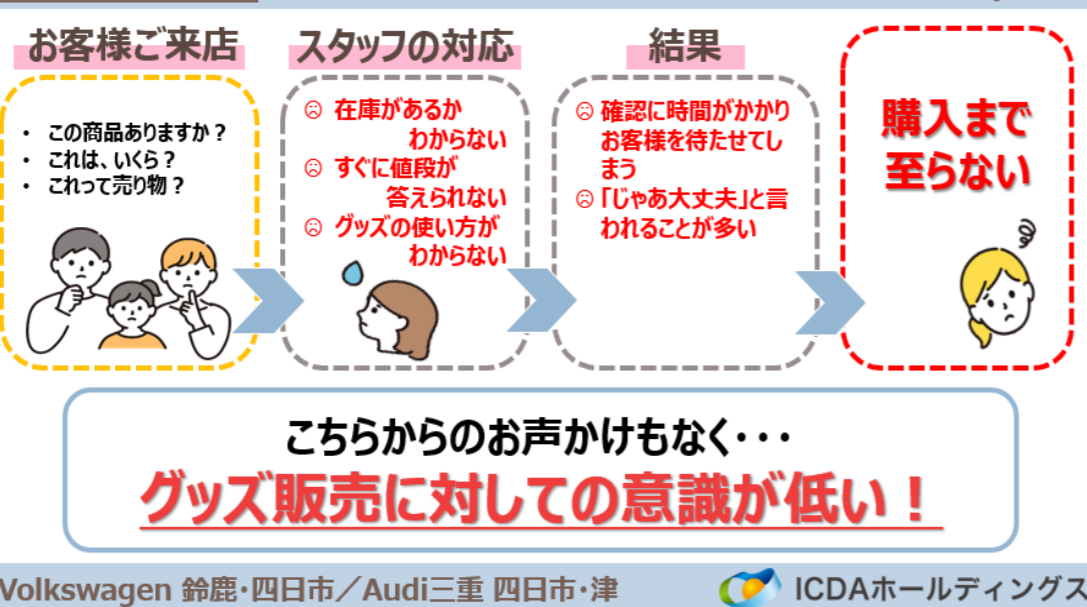
接客の部分マトリックス図を用いて重要性、緊急性、即効性、コスト、全員参加の面で点数付けします。その結果、「グッズの販売が出来ていない」が最も重要なテーマだということがわかりました。



グッズが売れていないと長期在庫が増えていき、新しいグッズの仕入れが出来ないといった問題が出てきますが、それを改善することでお客様の満足度向上を図り、更にショールームの見栄えも良くなります。



テーマは、グッズ販売向上です。三現主義に基づき現状把握を行っていきます。



まず現場です。グッズに対しての意識が低く、スタッフの知識不足からお客様に聞かれたことに答えられず確認に時間がかかってしまい購に至らないケースが多いです。



次に現物です。各拠点の展示状況ですがどの店舗も品数が少なく、殺風景なショールームが見受けられます。

活動前のお客様アンケート一部抜粋

Audi三重四日市

- もっとグッズを展示してほしい
- グッズのカタログが見たい
- 季節感がほしい

Audi三重津

- グッズの展示を増やしてほしいです
- ミニカーを見てみたい

Volkswagen四日市

- 車の外のカバー、シートカバー、カタログが見たいです
- 種類を増やしてほしい

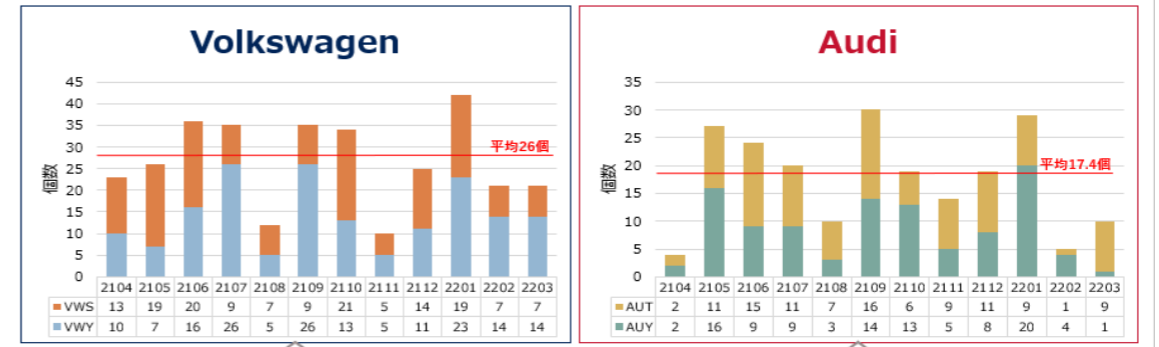
Volkswagen鈴鹿

- ミニチュアカーを販売してほしい
- インスタで紹介してほしい

展示数・要望などのご指摘がありました

お客様アンケートの回答でもグッズに関する回答をいただいておりますが改善までには至っておりませんでした。

2021年の販売実績



Volkswagen店舗 平均個数 26個 / 1店舗辺り13個
Audi店舗 平均個数 17.4個 / 1店舗辺り8.7個

最後に現実です。2021年の販売実績です。月によって販売個数にかなりのバラつきがあり、平均をかなり下回る月もあり、グッズの売れ行きが良くないことがわかります。

現場	現物	現実
<ul style="list-style-type: none"> 商品知識がなく、質問に答えられない 声をかけるなどグッズのアピールができていない 確認に時間がかかりお客様を待たせてしまう 	<ul style="list-style-type: none"> 展示商品が少なく、殺風景で見づらい どういったグッズがあるかも知られていない グッズに対しての意見を頂いても、その改善ができていない 	<ul style="list-style-type: none"> 毎月の販売個数にかなりバラつきがある

グッズ販売状況の改善が必要！

三現主義のまとめです。このような状況から、グッズ販売状況の改善が必要であることがわかりました。

何を •グッズ販売個数を

いつまでに •2022年11月末までに

どうする • Audi 20件 Volkswagen 30件

前年平均の約10%UP!!

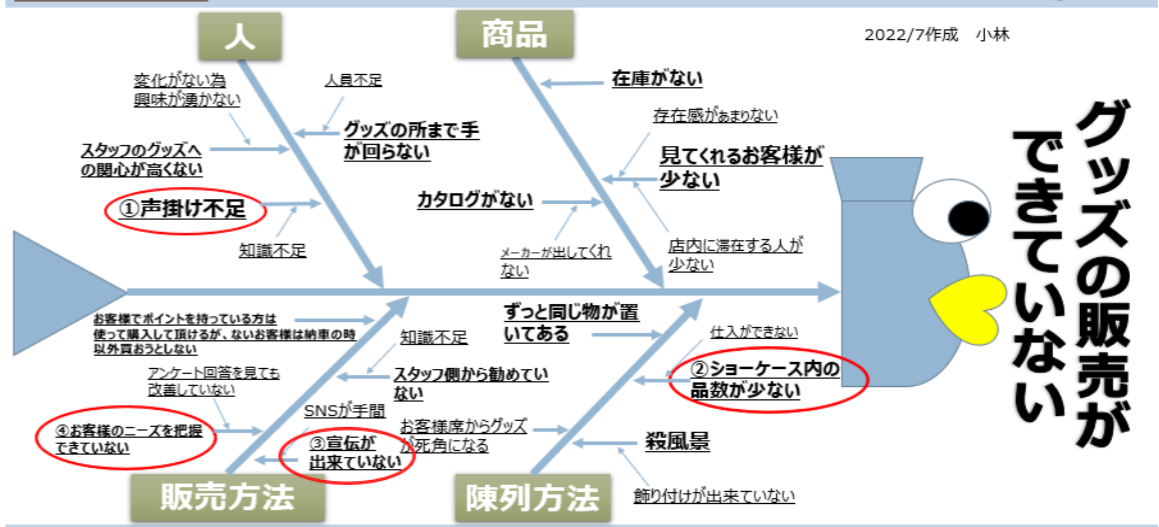
目標の根拠
 > 前年度平均超えにするため
 > さらに会社の指標として、1カ月の事務スタッフのグッズ販売件数が各5件以上(1人あたり)が目標とされているため(各店舗2名在中)

目標設定です。グッズ販売個数を2022年11月末までにAudi20件、Volkswagen30件を目指します。

項目	担当者	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
テーマ選定	辻村	完了						
現状把握	小林		完了					
原因分析	東			完了				
対策案検討	古川				完了			
対策の実施	辻村					完了		
効果の確認	小林						完了	
標準化	東							完了
まとめ・反省	古川							完了

会合回数6回 会合参加率100%

活動計画です。予定通りに活動を進めることができました。会合実施回数は6回でメンバー全員が異なる店舗で勤務する中、参加率は100%で進めることができました。



要因分析です。その結果主要因は ①声かけ不足 ②ショーケースの品数が少ない ③宣伝ができていない ④お客様のニーズを把握していないの4つになりました。

主要因	現状	原因	結果	判定
①声かけ不足	お客様がグッズを見ても特に声を掛けていない	そこまで手が回らない 聞かれても答えられる自信がない	ショールームにいるお客様に目を配れていない	主要因である
②ショーケース内の品数が少ない	ガラガラ 商品が変わらない、ずっと同じ物	仕入が出来ない 売れ残りがある	売れ残りを展示しているだけの状態になっている	主要因である
③宣伝が出来ていない	Instagramの投稿をまったくしていない	編集に時間がかかり、フロントで携帯を触るのが難しい(お客様の視線等)	お客様にグッズがあることすら知られていないケースがある	主要因である
④お客様のニーズを把握できていない	アンケートなどで意見があがっていても改善できていない	グッズに対しての意識が低い	お客様の興味を引くグッズコーナーを展開できていない	主要因である

4つの項目を検証した結果、すべて主要因であるということが判明しました。

1次手段	2次手段	具体的対策	評価点				
			効果	コスト	取り組み	合計	
グッズの販売数を向上させるには	①声かけをする	10分おきに周囲を確認 商品を見ているお客様には必ず声かけをする	◎	◎	○	13	対策② 8月下旬
	②ショーケースの品数を充実させる	オンラインショップで再入荷・新商品はないか確認 グッズを並べる前に仕様の確認	△	◎	△	7	
	③宣伝の強化	SNSの投稿 ポップの作成	◎	◎	△	11	対策④ 8月下旬
	④お客様のニーズを把握	アンケート回収	◎	◎	○	11	対策③ 8月下旬

系統図で導き出した具体的対策案を、更にマトリックス図を用いて◎ 5点、○ 3点、△ 1点で点数付けしました。特に点数の高い4項目を対策することにしました。

グッズ販売強化のために取り組んだこと

対策① インスタグラムを活用して宣伝を強化する **月8回投稿を** 目指します!!!

Volkswagen 鈴鹿・四日市 / Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

対策① インスタグラムを活用して宣伝を強化する
月8回、の投稿を目指します。グッズばかりの投稿にならないように車の情報も交えて多くのお客様の目に留まるようにします。

グッズ販売強化のために取り組んだこと

対策② グッズを見ているお客様には必ずお声掛けをする!

Volkswagen 鈴鹿・四日市 / Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

対策② グッズを見ているお客様には必ずお声掛けする
ショーケースに入っている商品をお出ししたりお客様によってお声掛け内容も変えました。

グッズ販売強化のために取り組んだこと

対策③ アンケートにて質問項目を増やす

紙アンケートからウェブに切り替え、お手軽に!

更にグッズに関する質問項目を増やしました!

Volkswagen 鈴鹿・四日市 / Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

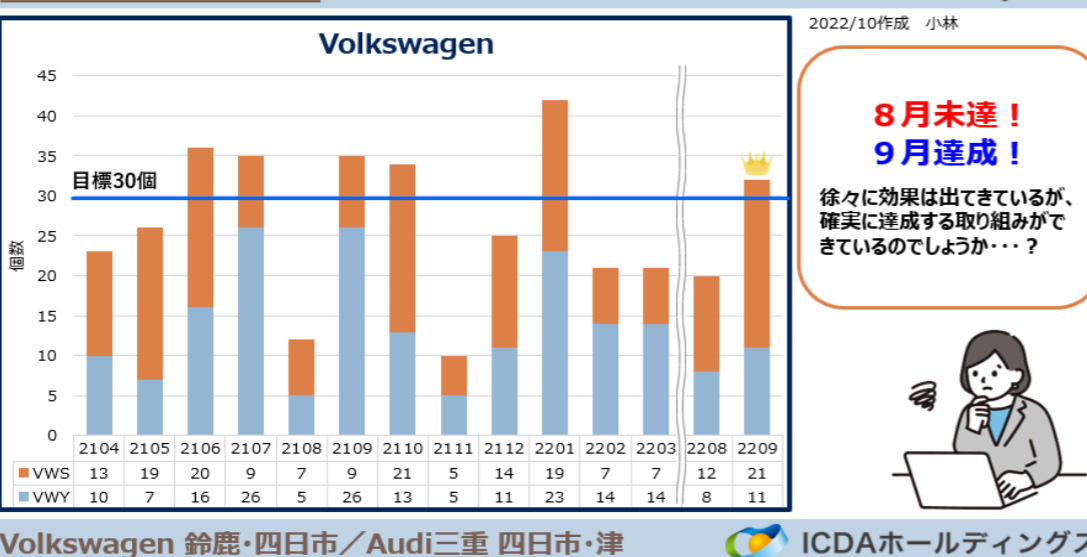
対策③ アンケートに質問項目を増やす
お客様がどんなグッズを欲しがっているのかなどニーズを把握するためにグッズに関する質問項目を増やしました。

グッズ販売強化のために取り組んだこと

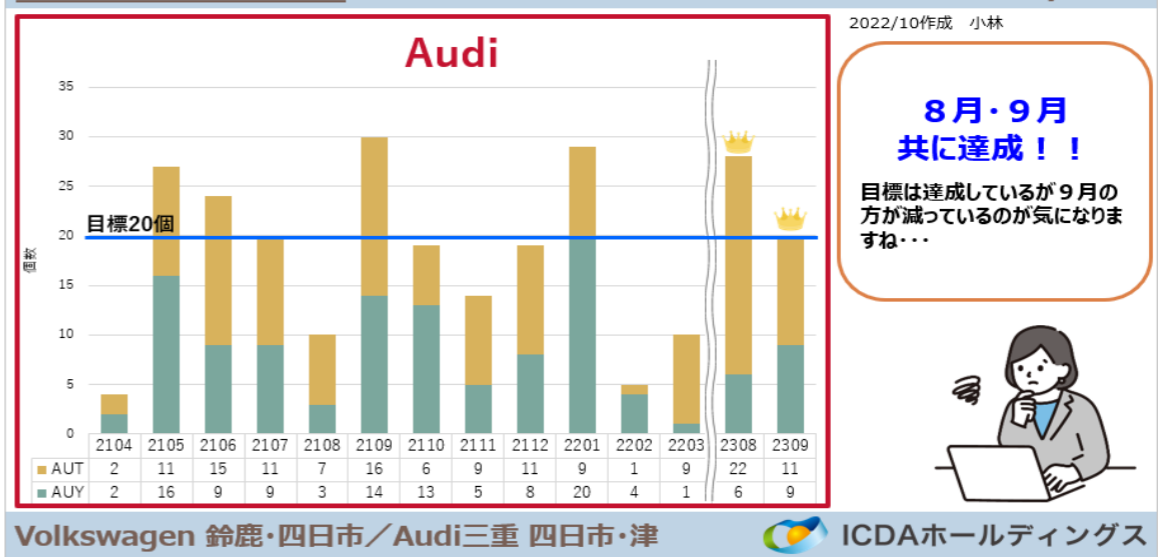
対策④ 仕様がわからないものは確認する

Volkswagen 鈴鹿・四日市 / Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

対策④ 仕様がわからないものは確認する
キーカバーやiPhoneケースなど同じ商品でもサイズや車種で種類が多くなるものに関してはあらかじめ把握しておくようにしました。



9月までの途中経過です。まずVolkswagen 2店舗です。8月は達成できましたが9月は未達でした。目標達成に向けての確実な対策が取れているか不安が残る結果となりました。



次にAudi 2店舗です。8月9月は達成していますが9月が減少していることが気になります。要因を詳しく分析する必要がありそうです。

分析① インスタグラムを活用して宣伝を強化する
↓
週2回の投稿ができない

店舗	8月	9月
Volkswagen鈴鹿	1件	3件
Volkswagen四日市	0件	2件
Audi三重四日市	7件	9件
Audi三重津	1件	1件

編集の時間が取れず...

分析② グッズを見ているお客様には必ずお声かけする
↓
お客様に気付けない時がある

店舗によってグッズの位置が把握しづらい

Volkswagen 鈴鹿・四日市 / Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

目標との差分析です。対策①は編集の時間が取れず週2回の投稿ができませんでした。対策②は店舗によってグッズの位置が確認しづらく、お客様に気付けない時がありました。

分析③ アンケートに項目を増やす
↓
回答がまばらな時がある

店舗	8月	9月
Volkswagen鈴鹿	0件	3件
Volkswagen四日市	0件	2件
Audi三重四日市	5件	3件
Audi三重津	6件	3件

0件の時もありました

分析④ 仕様がわからないものは確認
↓
種類が多すぎて覚えきれない

人気のキーリングは20種類以上
人気のヘアは40種類以上

Volkswagen 鈴鹿・四日市 / Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

対策③はアンケートの回答が0件の時もあり件数にバラつきがありました。対策④はヘアやキーリングは種類が多すぎて覚えられないといったことが生じました。

目標との差分析 28/39

分析③ アンケートに項目を増やす
分析④ 仕様がわからないものは確認

更なる改善が必要

0件の時もありました
人気のヘアは40種類以上

Volkswagen 鈴鹿・四日市/Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

更なる対策を立てる必要がありそうです。

再度対策実施 29/39

グッズ販売強化のために取り組んだこと

再対策① Instagramを活用して宣伝を強化する

メーカーのオンラインカタログとInstagramのストーリー機能を活用

店舗	8月	9月	10月	11月
Volkswagen鈴鹿	1件	3件	34件	28件
Volkswagen四日市	0件	9件	7件	4件
Audi三重四日市	7件	9件	28件	29件
Audi三重津	1件	1件		アカウント凍結...

投稿数が増加しました！！

Volkswagen 鈴鹿・四日市/Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

再対策① Instagramを活用して宣伝を強化する
投稿だけでなく、ストーリーも活用することにしました。オンラインカタログも活用し編集・撮影時間の短縮ができ投稿数増加につなげることが出来ました。

再度対策実施 30/39

グッズ販売強化のために取り組んだこと

再対策② グッズを見ているお客様にお声掛けする

フロントにいても把握するために

- 他のスタッフからインカムで教えてもらう
- 店内を移動する際にはグッズコーナーを気に掛けるようにする

グッズを見ているお客様以外にもお声掛けする

- コレクションしているお客様に入荷TEL
- 整備来店のお客様にはグッズがあることまず知ってもらう

新作入荷しました！お取り置きしましょうか？

Volkswagen 鈴鹿・四日市/Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

再対策② グッズを見ているお客様にお声がける
お客様の動きを把握しづらいという問題が出ましたが各スタッフからインカムなどで教えてもらい、ドリンク提供時や店内移動の際にはグッズコーナーを気にかけるようにしました。

再度対策実施 31/39

グッズ販売強化のために取り組んだこと

再対策③ アンケートにて質問項目を増やす

Instagramの質問箱を活用して、管理外のお客様の意見も取り入れる

お客様の声を取り入れたショーケースが実現！

Volkswagen 鈴鹿・四日市/Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

再対策③ アンケートにて質問項目を増やす
Instagramの質問箱も活用し既存のお客様以外からの声も把握できるようにしました。更にグッズの配置、商品棚の移動、飾り付けを行いお客様の声を取り入れた展示が実現しました。

再度対策実施 32/39

グッズ販売強化のために取り組んだこと

再対策④ 仕様がわからないものは確認する

仕様が詳しく記載！
在庫にない商品も確認可能！

リーフレットの活用
オンラインカタログの活用
会議内で情報共有

Volkswagen 鈴鹿・四日市/Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

再対策④ 仕様がわからないものは確認する
メーカーより配布されているオンラインカタログやリーフレットを活用することで値段やラインナップなどが一目でわかるので、説明しやすくなりました。

効果の確認 33/39

Volkswagen

2023/1作成 小林

目標30個
4ヶ月平均30個

再度対策した結果
11月は目標を大幅に達成！！
4ヶ月平均でも目標達成！！

店舗	2104	2105	2106	2107	2108	2109	2110	2111	2112	2201	2202	2203	2208	2209	2210	2211
VWS	13	19	20	9	7	9	21	5	14	19	7	7	12	21	18	29
VWY	10	7	16	26	5	26	13	5	11	23	14	14	8	11	10	10

Volkswagen 鈴鹿・四日市/Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

効果の確認です。
再度対策をした結果、Volkswagen 2店舗は、11月は目標を大幅に達成することができました。さらに4ヶ月平均でも目標を達成しました。

効果の確認 34/39

Audi

2023/1作成 小林

目標20個
4ヶ月平均21個

再度対策した結果
対策後3ヶ月は目標を達成！！
4ヶ月平均でも目標達成！！

店舗	2104	2105	2106	2107	2108	2109	2110	2111	2112	2201	2202	2203	2308	2309	2310	2311
AUT	2	11	15	11	7	16	6	9	11	9	1	9	22	11	5	4
AUY	2	16	9	9	3	14	13	5	8	20	4	1	6	9	13	17

Volkswagen 鈴鹿・四日市/Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

次にAudi 2店舗の効果の確認です。
8月、9月、11月は目標を達成することが出来ました。Volkswagenに引き続き、Audi店舗も4ヶ月平均で目標を達成しました！

標準化と管理の定着 35/39

標準化

対策	何のために	何を	いつ	どこで	誰が	どのように
①	グッズを購入していただくため ～お客様へのお声掛け～	お客様へお声掛け	お客様ご来店時	ショールーム	事務スタッフ	実施する
②	グッズの説明をするため ～仕様の確認～	仕様	グッズ入荷時	ショールーム	営業スタッフ 事務スタッフ	確認する
③	お客様のニーズを把握するため ～質問項目の活用～	アンケート	ご来店時	ショールーム	事務スタッフ	回答していただく
④	グッズを知ってもらうため ～週2回Instagramへ投稿～	グッズ	毎週 月・金	事務所	事務スタッフ	Instagramで投稿する

Volkswagen 鈴鹿・四日市/Audi三重 四日市・津 ICDAホールディングス

標準化と管理の定着です。
今回行った対策を他の誰がやっても出来るように標準化を行いました。

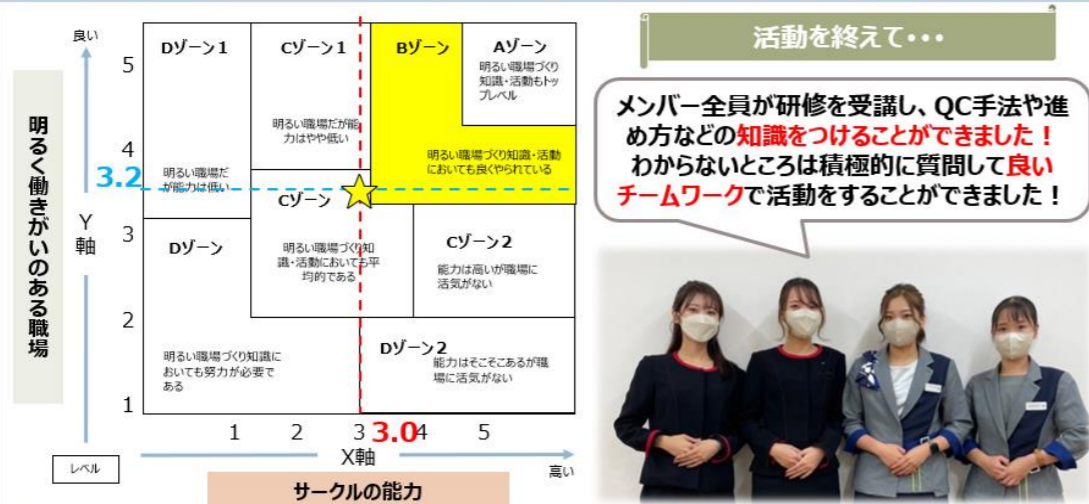
管理の定着

対策	なぜ	何を	いつ	どこで	誰が	どのように
①	グッズを購入していただくため ～お客様へのお声掛け～	お客様へお声掛け	随時	ショールーム	営業スタッフ	確認する
②	グッズの説明をするため ～仕様の確認～	マニュアル	入荷時	事務所	店舗各部門長	確認する
③	お客様のニーズを把握するため ～質問項目の活用～	アンケートの回答	月末	事務所	事務スタッフ	確認する
④	グッズを知っていただくため ～週2回Instagramへ投稿～	Instagramを投稿したか	月曜日	事務所	事務長	確認する

QC活動が終了しても維持できるように管理の定着を行いスタッフ全員の協力を得ながら継続していきたいと思えます。

ステップ名	良かった点	悪かった点	今後の課題
テーマ選定	ブランドが違っても 全員が参加 できるテーマを選べた	自分たちだけでできるテーマ選びに時間がかかった	定期的に他店舗と 情報共有 する
現状把握	三現主義に基づき検証できた	販売実績をまとめるのに時間がかかった	さらに深く検証をしていく
目標設定	常に目標は意識できた	数値が単純すぎた	細かい理由付けをしっかりと考える
原因分析	多くの意見 が出せた	まとめるのに時間がかかった	深堀をもっとするべき
対策案検討	お客様目線 で考えることができた	即効性 のある対策をたてるべきだった	さらなる対策が必要
対策実施	グッズの売れ行きが良くなった	活動中にインスタが凍結した	即効性のある対策をもっと立てる
効果の確認	売上、ポイント交換ともに 目標達成 できた。	売上がまばらになった	活動が終わっても改善活動を続けていく
標準化	取り組みの標準化を図ることが出来た	確認作業ばかりになってしまった	スタッフ全員で決めた ルールを徹底 していく

反省と今後の課題です。QC初心者のメンバーが多い中でしたが、今回の活動を通してお客様目線で活動することができました。



それでは最後にサークルレベルの活動後の結果です。目標のBゾーンには一歩手前で届きませんでした、Cゾーンに上げることが出来ました！積極的に質問し合い、良いチームワークで活動することが出来ました。

ICDAホールディングス株式会社
ワウディサークル



ご清聴ありがとうございました

