



(株)ソフマップ



リユース市場の創造で 顧客のデジタルライフを生涯サポート

パソコン専門販売の最大手(株)ソフマップ。同社は、PCの中古下取り・買い替えのビジネスモデルを展開し、中古デジタル関連商品の国内市場で圧倒的なシェアを確立している。また同社は、カード会員システムで優良顧客を囲い込むCRM戦略をさらに進化させている。今後は、顧客のデジタルライフを生涯にわたってサポートし、循環型社会(Re-Style社会)におけるリーディングカンパニーを目指す。



【本社所在地】〒101-8610 東京都千代田区外神田1-16-9 朝風2号館ビル
【創業】1982年4月
【資本金】28億8,713万円
【売上高】1,136億1,300万円(2004年2月期連結)
【URL】<http://www.sofmap.com/shop/default.asp>

(1) 企業の概要

リユース市場で圧倒的シェアを獲得

パソコンを始めとするデジタル製品小売業として新品を取り扱う傍ら、中古パソコンの下取り・買い替えのビジネスモデルを展開、中古デジタル関連商品の国内市場で圧倒的なシェアを確立する(株)ソフマップ。同社は、1983年に設立と同時に、パソコンソフトのレンタル事業を目的として、秋葉原に1号店を開店。1984年にはパソコン専門販売へと業態転換し、以降、新品はもとより、中古品市場の創造を牽引する企業として成長を続けている。

1997年には、ソフマップカード会員が100万人を突破。2000年にはeコマース店舗「ソフマップ・ドットコム」も開設し、販売チャンネルをリアルとバーチャルの両輪で展開してきた。

デジタル関連商品を取り巻く市場が急発展していることを受け、同社では、刻一刻と変化する市場環境においてリーダーシップを保持するため、経営計画「Re-Sofmap2005」を策定。中期経営ビジョンと

して、顧客のデジタルライフを生涯にわたってサポートし、循環型社会(Re-Style社会)におけるリーディングカンパニーを目指すことを掲げている。

その活動方針は、リユース事業における絶対的マーケットシェアの確立、Re-Styleを追求するデジタル専門店への変革、専門店ポジションとしてのブランド力強化。この活動方針に基づき、具体的には、買い替えサイクルシステムの強化、パソコン依存構造からの脱却と中古品やソフトウェア、サポート・サービスの拡充、デジタルライフサポート商品のマルチチャンネル販売による専門店としてのブランド力の強化、会員の組織化・差別化を目指す。

5つの“Re”を追求

同社では、この活動方針に基づいて、5つの戦略を打ち出し、社内外に示している。5つの戦略とは、Re-Style戦略、デジタルライフアドバイザー戦略、会員戦略、マルチチャンネル戦略、アライアンス戦略を指す。は、循環型生活様式の啓蒙活動を積極的に推進すること。そのためには、リユース商品に対する安全性や信頼性をアップさ

せることにより、ブランド価値の向上を目指す。

は、マーチャダイジングの強化と、デジタル専門店で相応しい独自サービスの展開により、顧客満足度を向上させること。は、優良顧客の囲い込みを図ること。は、コミュニケーション・チャンネルを多角化し、顧客との継続的な対話に努めること。そしては、戦略的提携などの推進により、成長を加速することを意味している。

これら5つの戦略を統合する言葉として同社が掲げる「5つの“Re”(Re-Born、Re-New、Re-Use、Re-Cycle、Re-Sofmap)の追求」はユニークで、同社の姿勢が明確に示されている言葉だと言える。

こうした取り組みが奏功し、2004年8月末現在、リアル店舗42店を展開。ソフマップカード会員数は、2003年12月の331万人から358万人(2004年10月期)に増加。2004年度の売上高は1,068億8,600万円、営業利益は11億1,400万円となっている。

業績拡大の背景のひとつに、DVDソフト/ハード、ハードディスクレコーダなどのデジタル関連商品市場の拡大がある。これらの新品は、新規・既存アイテムの拡販強化、物流機能の効率化、店舗演出といったマーケティングおよびマーチャダイジングの強化で販売促進を行っている。

一方、同社の主力事業はリユース事業である。同事業においては、中古パソコンリサイクル法施行を成長の機会ととらえ、下取り・買い替えの強力な訴求を前年に引き続き展開したことにより、現在では売上構成の20%(約250億円)まで成長している。

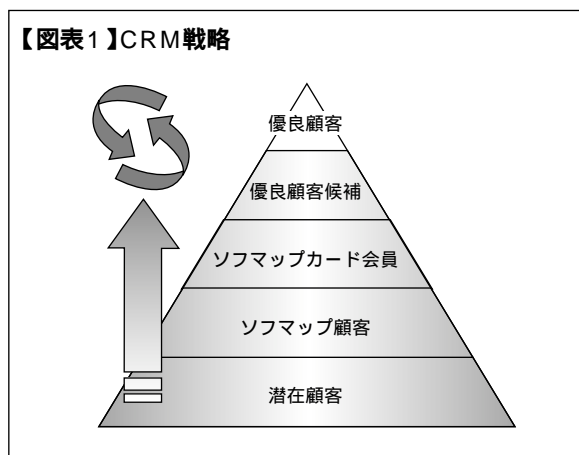
(2) CRMへの取り組みの背景

再商品化手法を確立し

中古市場を育成する

主力事業であるリユース事業は、現在、中古デジタル家電の中でも成長分野の構成比アップ、中

【図表1】CRM戦略



古ネット販売および買取りシステムの機能をメインとしたインターネット流通システムの強化、商品再生と物流機能の強化、中古仕入・販売チャンネルの拡大を重点施策として強力に推進。マーケットシェア25%を獲得している。

さらなる拡大に向けて、2004年8月には、小売業初の中古パソコン商品化における国際標準規格ISO9001認証も取得した。パソコンリサイクル法施行以降、中古パソコン市場には新規参入が相次いでいる。市場規模は約1,200億円と見られているが、旧ユーザーのハードディスク内データ消去をはじめとする再商品化のプロセスに統一基準がないのが現状だ。同社では、業界スタンダードとなる再商品化手法の確立を目指して、認証を取得したわけである。

ISO取得により、中古商品化センターにおける商品化プロセスにおいて、品質マネジメントシステムが整備、確立された。中古商品化は、買取り査定、リユースサービス、中古販売の過程をたどる。リユースサービスは、データ完全消去、OS再セットアップ、不良箇所検査、付属品欠品検査、メンテナンス、クリーニングといったプロセスを踏む。この認証を核に、フランチャイズチェーン「U-FRONT」事業や買取り提携などのアライアンスも積極化し、さらに競争力を高めることに注力している。

また、同年10月には、ソフマップ東京ロジステ