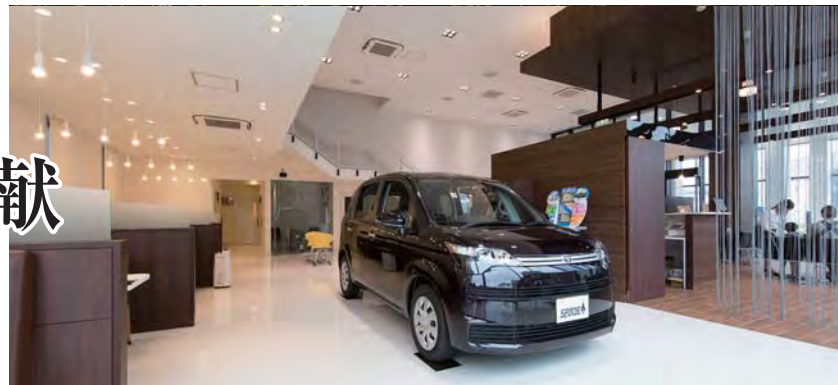


CASE STUDY 07

2016.8.vol.

従来のカーディーラーの イメージを覆し 子育て世代に響く 斬新な店づくりに貢献



業種 カーディーラー 使用場所 店舗 用途 プロジェクションマッピング

25年間に及ぶ三郷駅前での営業を経て、

2016年4月、三郷中央駅前に移転オープンした

ネットヨタ東埼玉 マイネット三郷。

これまでにないカーディーラー像を見据える同店では、

今回、有料のカフェスペースなどとともにキッズコーナーを設置、

その目玉として導入したのが

プロジェクションマッピングの技術を活用したフォトブースです。

詳しい経緯等について、マイネット三郷 店長の金井氏と

今回の導入を陣頭指揮した

企画部課長の鈴木氏にお伺いしました。

導入背景

店舗の移転オープンにあたり

既存店とは違う取り組みに意欲

近年、目覚ましい発展を遂げる埼玉県三郷市にあって、子育て世代から特に人気を集めるつくばエクスプレス三郷中央駅。その駅前に移転オープンしたのが、ネットヨタ東埼玉マイネット三郷です。「25年間、三郷駅前でお客様に支持されながらやってまいりましたが、店舗の老朽化も進み、10年後、20年後のことを考えて、この好立地に移転を決めました。今、三郷中央は次から次へと高層マンションが建設され、商業施設や生活利便施設も集まる新しい街。せつかくなので通常のカーディーラーの枠を超えるような何か斬新な取り組みができないかという社長以下本部の想いもあり、ネットヨタ東埼玉34店舗の中で初めて有料のカフェスペースを設置しました。そして、店づくりのもう一つの核として導入されたのが、キッズスペースのフォトブースです」と語るのは、店長の金井氏。また、企画部の課長として各店舗のICT環境を推進する鈴木氏も次のように語ります。「家族連れを中心としたお客様へのおもてなしを手厚くし、今までのカーディーラーとは一味違うな、何だかゆっくりできるし、また次も来たいなと思っていただきたい。今回“わくわく”“ドキドキ”“どこにもない店舗”という3つのキーワードの下、キヤノンさんから提案を受けたのがフォトブースであり、ご来店されたお子様がいつか大人になった時、この店っていいよねとっていただくための材料としても期待しています」。



ネットヨタ東埼玉 マイネット三郷 様

http://mynetz.jp/company/shopInformation.aspx?CD_TENPO=16

地域の皆様に愛されるお店になるよう、スタッフ一同心を込めて対応いたします。明るく元気なスタッフがお客様のライフスタイルに合わせたご提案をさせていただきます。

- 本社 : 埼玉県三郷市中央3-46-8
- 設立 : 1991年2月
- 資本金 : 8,200万円*
- 売上高 : 323億6607.5万円*
- 社員数 : 638名(平成28年3月現在)*
- 事業内容 : 新車販売、中古車買取・販売
自動車整備業務全般
自動車用品・部品販売
損害保険・生命保険代理店業務



*データはネットヨタ東埼玉全体のもの

選定理由

子育て世代に向けた店舗演出として大きな期待感

「通りすがりの人たちにインパクトを持って店舗をアピールするために、当初は夜間に道路沿いのガラス面いっぱい映像を投写してプロジェクションマッピングを行いたいというのが私たちの考えでした。そこで、全国の店舗システム用プリンターでもかねてから付き合いの深いキヤノンさんにご連絡したところ、提案を受けたのが、東京駅のプロジェクションマ



店長金井氏

ピングを手がけるなど空間演出のプロ集団であるNAKED制作によるコンテンツも含めた案。文字の羅列ではなく、映像中心でわかりやすく構成した役員会議でのプレゼンテーションは予定時間を30分も超えるなど大好評で、社長からも導入を前提として話を進める許可が出ました。その後、建物の構造上、残念ながら店舗窓面への演出は断念することになったものの、店舗内演出として同時に提案を受けたフォトブースの導入が決定しました。フォトブースとは、モーションセンサーとプロジェクションマッピングの技術を活用したアトラクションで、お客様の手の動きに合わせて動物や動物の足跡のスタンプが現れ、その様子を自由に撮影していただけるというもの。NAKEDの映像演出を最大限に美しく再現できるプロジェクターとして、高輝度・高解像度モデルのLX-MU700が使用されています。



鈴木氏は続けます。「店舗をどう認知させていくか。当社の顧客ではない方に車を買いたいという意思があった時、選択肢として真っ先に思い浮かべていただいたためには、他とは違うワクワク感が欠かせないと前から思っており、子育て世代の方々にお子様を気兼ねなくお連れいただくきっかけになるという意味でも

最適な提案だと感じました。by NAKEDというのも大きな決め手になりましたね。では、店長の金井氏はどのような想いでフォトブースの導入を決めたのでしょうか。「現場を預かる人間として、やはり一番考えたのは費用対効果です。ただ、その一方、新しい場所で、新しいお店で、新しいお客様により認知してもらうためには、従来と同じような認識や考え方で進めていてもダメだと思いました。新店舗ができる時は新しいことに投資するチャンスでもありますし、よし、ここは思い切ってチャレンジしてみようということで、最終的な決断に至りました」。

導入効果

他にはないインパクトで顧客の広がり貢献

「平日などキッズコーナーだけを目的にご来店される方も結構いらっしゃいますし、公園に来るような感覚で同じ方が度々ご利用されているケースもありますが、そんな時でもカタログどうですか?お車の調子はどうですか?などというような車の話は一切しないようにしています。もちろん、そういう方々にも車を通じたお客様になっていただければベストなのは間違いありませんが、キッズコーナーやカフェ

スペースはもう少し先を見据えたところで、将来のお客様を育てるためのコマース的な位置付けだと考えているのです。そんな中、結果として今度車検が近いだけだとおっしゃったり、車の購入につながるケースが増えており、とても嬉しいことだと思っています」と語る金井氏。近隣住民に対するPRについては、「当店のお客様が紹介してくれたママ友がご自分のパート先にチラシを置いてくれたり、あとはこれからのデジタルマーケティングとして一番身近なSNSを使った発信にも力を入れています。先日、全く当店とつながりのない方から“私の子供はまだまだ小さくて遊ばせられないけど、近所にとでもくつろげるディーラーを見つけました”といったコメントを初めていただいて、やってみるもんだなと嬉しくなりました」と答えてくれました。4月の移転オープンから数ヶ月、フォトブースをはじめとする斬新な店づくりに対する評判はじわりじわりと、しかし確実に地域全体に広がってきているようです。



企画部課長 鈴木氏

今後の展望

お客様のニーズを模索しながら 会社全体で新しい挑戦を継続

最後に今後の展開について尋ねると、「こちらのマイネッツ三郷に限らず、ネットヨタ東埼玉としてももっとも新しいことにチャレンジしていこうと考えています」と語ってくれた鈴木氏。具体的なプランとして、三郷では断念することになったプロジェクションマッピングによる窓面演出がいよいよ他店で実現すること、別の店舗でもフォトブースの追加導入が決定し、将来的にはコンテンツを複数のバリエーションを持たせる計画もあることを挙げ、どこでもプロジェクションマッピングを利用できるように現在建設中の店舗にはすべてプロジェクターを取り付ける下地処理をしていることも教えてくれました。「システム系の担当者をずっとやってきましたが、何がお客様にヒットするかを探る意味でもいろいろな施策にチャレンジするというこの姿勢はこれからも崩さずにやっていきたいと思っています。ですから、今回のフォトブースもあくまでもチャレンジの一つですし、今もお客様が何を求めているのかを模索している最中です」。地域において安定した基盤を築きながらも、そこにとどまらず、将来に向けて新しいチャレンジを行うマイネッツ三郷。その飽くなき姿勢こそ、長きにわたってお客様から愛される秘訣なのかもしれません。

「モノ」の提案から、お客様のお客様にも喜んでいただける「コト」の提案へ。改革と創造のパートナーとして、お客様のビジネスに直結する提案を続けてまいります。



営業のフォローを担当したスタッフ

今回の導入ポイント

- 子育て世代のお客様にワクワク感を与える店づくりへの貢献
- 各所で話題を生むプロジェクションマッピングの技術を応用
- 親子でコミュニケーションをとりながら楽しめる映像コンテンツ
- 1台でも斬新な映像表現を最大限に再現できる高輝度・高解像度モデル

導入機種

LX-MU700
1台

高輝度7,500lmを実現し、長時間投写に適した信頼性。
大空間での常設・システムユースモデル。

7,500lm WUXGA 交換レンズ 電動レンズシフト

<http://cweb.canon.jp/projector/lineup/lx-mu700/>



- 高輝度・高信頼の2灯式(デュアルランプ)DLPプロジェクター
- 短焦点から超長望遠まで7本の交換レンズを用意
- リモコンで簡単調整 電動レンズシフト/電動フォーカス・ズーム
- フルHDを超えるWUXGAの高精細な映像
- 用途にあわせて使える ポジションメモリー機能