

# 「純増No.1を支える現場力」 旗艦店・ソフトバンク表参道の挑戦

全国ソフトバンクショップの中で、最大級のフロア面積を有する「ソフトバンク表参道」。  
月間契約数が1000件を超える月もあり、旗艦店として名実ともに他店をリードする存在だ。  
最強店舗を目指す同店の取り組みを通して、販売力の高い店舗の秘訣を探る。



店舗は社員18名をはじめ64名のスタッフからなる。全スタッフが英語や中国語、韓国語などで接客できるバイリンガルやトライリンガル。外国人客にも母国語で対応できる体制を整えている。

## ショールームで終わらない！ 原宿で携帯を買う動機づくり

「120%の接客を心掛け、「日本一の最強店舗」であり続けることを目指しています」と話すのは、ソフトバンク表参道の春日三穂子店長。旗艦店として、ソフトバンクブランドの世界観を発信するメディアとしての役割を担いながらも「単なるショールームに終わらないように、しっかりと新規契約の獲得に結び付ける施策を重視している」という。

新モデルや携帯アクセサリーを含む豊富なラインアップをそろえる表参道店では、広い空間を生かし、機種ごとのカラーパリエーションやキャラクターを際立たせた展

示によって、店頭をにぎやかに演出している。他店にはない新モデルを実際に見て、手に取って試せることから買い物ついでに立ち寄る若者や観光客も多い。一方で、ただ見て満足して帰る来店客が大半を占めるのも事実。同店にとって、いかに来店客を購買客へと誘導できるかが、最大の課題となっている。

この課題に対して表参道店が最も意識して取り組んでいるのは、同店を選んで来店してもらうための動機付けだ。その施策として春日店長は、「他店では行っていないことを実行することで、お客さまに表参道店へ来店する意味を持たせることを念頭に、販売の企画や戦略を練っています」と説明する。

例えば、他店との差別化を図るため、「お待ちせしない店舗」というスローガンを掲げた。待ち時間の削減、および商品在庫を切らさないように徹底することで、今では新宿や渋谷などの近隣エリアからも、わざわざ表参道店を選んで来店する顧客が増えているという。

また、店舗独自の企画として韓国俳優のベ・ヨンジュンさんのイベント会場に向き、ファンに対してベ・ヨンジュンモデルの携帯電話「fanfun. SoftBank 815T」の予約販売を実施した。地域性を打ち出した企画としては、特定料金プランを申し込んだ新規契約者に、協力関係にある近隣店舗で利用できるクーポンをプレゼントした例もある。



店内は、色とりどりの携帯電話が目飛び込んでくる。什器は携帯電話の色彩を鮮やかに際立たせるように、クリスタルと白を基調としている。写真右はこの夏発売の最新機種。広いスペースを生かし、季節感を演出した。



地下1階には約50カカウンターが並び、スタッフはチーム形で動くが、待ち時間ゼロを強く意識。自分のチームに来た顧客を待たせることがないよう、メンバーは協力して動く。

## 消費者の早耳を集める店舗に

携帯電話にファッションという新たな価値基準を加えたソフトバンクモバイル。表参道店は、ビッグビジュアルを前面に出し、ファッションブルかつ季節感やニュース性のある店頭展開で生活者について立ち寄りたくなる気持ちを喚起させる。同店は新商品の展示やテレビCMの撮影、メーカーイベントブースを設置。同社では「ソフトバンクグループの旗艦店として今後も消費者の早耳を集められる店舗に」と期待を寄せている。



ソフトバンク表参道は商品・サービスすべてを分かりやすく伝える模範店の役割を持っている。

## 数字とビジョンの徹底で 意識の高いチームをつくる

ソフトバンク表参道がオープンしたのは、2007年2月（オープン当初の名称は、「ソフトバンク原宿」）。以来、同年7月に春日店長が表参道店に着任するまでは、来店客のほとんどが地下フロアに契約手続きができる窓口があることを認知していなかったという。売れる仕組みをつくるためには、窓口への動線を築くことから着手しなければならない状況だった。そして、それにはスタッフの接客を通して動線を確保することが求められた。

そのために、まず春日店長はスタッフの意識を高め、店舗としての意思統一を図る

ことを徹底した。スタッフに対しては、数字を常に意識することを指導。1階の接客を通じて地下のカウンターへ誘導するという目的を明確化した。「スタッフ全員が今日、明日の売り上げ目標数値を念頭に置いて仕事に取り組むことで、どう接客すると売れるのかを自分で考えるようになります。その結果、目標を達成できれば自信が付いて、さらにモチベーションも上がります」と春日店長。実際に自然と仕事を意識した会話や自主性のある行動が生まれ、スタッフ間に伝播していった。スタッフ発の企画や提案力の向上で、表参道店は契約数を着実に伸ばし、現在では月間契約数1000件以上を三度も達成するまでに至っている。従来の顧客からも「店舗が明るく

なった」「活気が出た」と好評だ。

店舗スタッフ総勢64名を率いるリーダーシップの秘訣について春日店長は、「まず、リーダーがビジョンを明確に打ち出し、それをシンプルなメッセージでスタッフに浸透させること。そして、リーダー自らが有言実行することです」と語る。日に三度ある朝礼では、店長自らが接客や数値目標などのメッセージを発信する。店長が不在の時も、社員を中心に店長のメッセージをそのまま伝えるように心掛けており、春日店長のビジョンを毎日スタッフ全員で共有している。No.1店舗を目指して格闘するスタッフ一人ひとりの日々の挑戦が、純増No.1を続けるソフトバンクモバイルの原動力の一つとなっているようだ。