

2024年度実行協定 活動報告書

実行協定の確認:

実行協定2024 土屋

【望む成果】

自身の企画……①コーティング柱化計画（コーティングギネス・社内洗車改革（洗車ギネス）・楽天コーティング・メンテナンス戦略）※ギネス企画部の土台…②阿部 企画サポート（全社企画 & ATF Planning & 筑波支店）※阿部定性評価
…③藤方君 指導（7つの習慣（相手の立場に立つ）・毎月アンケートCV化・Pシステム・ミッション0）※阿部定性評価
黒字化に貢献…④堀之内ギネス（油外）
新たな差別化…⑤人手不足を解消する打ち手で成果を出す※求人経費減、企画、施策での応募数増

リソース…テレワーク（申請）、セミナー参加（有料は申請）、プレゼン場所提供、サポートメンバー決済、仕事場所の自由（SS）月/6000円までの会議費（報告）

ガイドライン（守るべき基準）…イライラ（被害者意識なくす）、効果検証、サポートしてもらうスタッフのシビアな経費うまくいっていない、いかなかった企画の報告

アカウンタビリティ（報告義務）…週礼、企画部会議、

● 優先順位の確認

1. 堀之内油外ギネス（報告）
2. コーティング成果（報告）
3. 部長企画サポート（報告）
4. 人手不足を解消する打ち手（進捗）

ビジネス関連:

① 2024年度堀之内振り返り（報告）

- 数字：

- 油外平均： 7,024千円（2024年4月～2025年2月） 前年比138%

- 4月以外全ての月で油外ギネス達成!!

- 洗車収益 : 15,157千円 (2024年4月～2025年2月) 前年比137%
 - 2024年度キグナス洗車部門 初受賞!!
- 相対分析 :
 - 2023年4月～2月平均油外 vs 2024年4月～2月平均油外
 - 堀之内トップの伸び率!!

油外平均	今年度	前年度	前年対比
用賀	11,251	9,187	122%
洗足池	7,229	8,776	82%
金井	11,898	10,976	108%
堀之内	7,024	5,088	138%
矢上	4,867	6,414	76%
綱島	8,674	7,155	121%
駒岡	5,186	4,617	112%
弥生台	6,734	5,898	114%
相模原	9,645	8,202	118%
愛甲			

- 2023年4月～2月洗車収益 vs 2024年4月～2月洗車収益
 - 堀之内トップの伸び率

洗車収益	今年度	前年度	前年対比
用賀	21,709,647	26,337,618	82%
洗足池	14,316,528	19,000,421	75%
金井	17,600,306	15,921,678	111%
堀之内	15,157,699	11,032,707	137%
矢上	8,723,766	16,700,740	52%

綱島	18,911,745	15,250,444	124%
駒岡	7,666,262	8,548,502	90%
弥生台	12,220,050	11,289,810	108%
相模原	13,565,758	13,526,888	100%
全体	138,163,766	146,609,185	94%

- プラス要因

- 洗車の土台作り

- 洗車マニュアル導入

- 所長・宮代さんが率先垂範でマニュアルを覚える
 - 第3回社内技術審査結果で前回からの伸び率2位&3位!!

名前	前回点数	今回点数	前回との差
斎藤	41.3	60.7	19.4
宮代	36	55.3	19.3
仁	31	49.7	18.7
大石	36.7	55	18.3
百瀬	35.3	52	16.7
八巻	32	44.7	12.7
石田	40.3	51	10.7
昭二	32.7	42.3	9.6
藤丸	39.7	49	9.3
井ノ口	41	50	9
小川	30.7	38.7	8
森	41	44.7	3.7

- 所長・宮代さんが現場でスタッフ教育を行い洗車レベル向上

- 投資

- キーパー検定2級合格者 3人

- LINE友だち数及びアクティブユーザー増

- LINEアクティブユーザー数 (2024年4月～2025年2月)

- 4,740人増 (前年同期間 2,963人増)
 - 伸び数全店舗で1位獲得!! (前年度は7位)
 - 2024年4月1日～2025年3月17日
 - 5,450人増

- アンケート回答数 (2024年2月vs2025年2月)

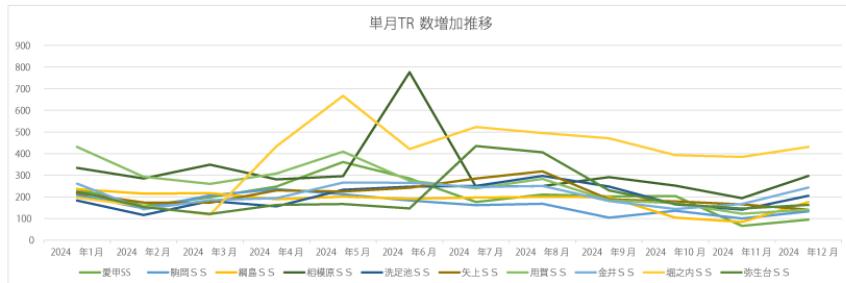
- 2月 7,655人 (前年2月4,664人)
 - 1月 8,142人 (前年1月4,442人)

- LINEバーコード使用率 (2024年2月vs2025年2月)

- 34%→65%

- 相対分析 (2024年1月～2024年12月)

	2024年1月	2024年2月	2024年3月	2024年4月	2024年5月	2024年6月	2024年7月	2024年8月	2024年9月	2024年10月	2024年11月	2024年12月
愛甲SS	237	159	198	248	361	285	176	211	202	204	66	95
駒岡SS	209	147	207	236	212	183	162	168	104	136	100	133
鶴島SS	236	215	217	189	201	191	197	200	199	104	84	176
相模原SS	334	285	349	281	296	776	247	250	291	252	194	297
洗足池SS	183	116	181	156	233	247	251	297	248	165	141	205
矢上SS	218	174	173	230	225	242	285	318	189	179	165	141
用賀SS	431	293	260	308	409	275	240	283	184	171	122	141
金井SS	261	143	185	194	266	265	245	251	181	144	167	243
堀之内SS	197	156	118	434	667	421	523	495	471	393	385	431
弥生台SS	225	153	121	163	167	147	435	406	230	167	146	163



- 4月 LINE会員と特売日併用スタート&給油機まわりのポップ変更
- 5月 店頭看板設置(現金&LINE価格)と(特売日)を使い分ける
- 7月 全てのお支払いでLINE会員5円&7円引スタート
- 9月 コスモの価格設定の影響で、市況が悪化傾向
- 10月 フリー看板をLINE会員価格に変更&誰でも割引2円を3円に変更
さらに、入り口に登録不要の誰でも会員看板を設置

※2025年3月17日現在の店舗看板



※LINE友だち声かけと「バーコード告知」を継続中

② コーティングプロジェクト成果 (報告)

- 数字：2024年4月～2025年2月累計
 - コーティング収益： ¥49,636,89 前年比 121% **※ギネス達成!!**
 - コーティング台数： 890台 前年比 130% **※ギネス達成!!**
 - コーティング単価 55,772円 前年59,844円 4,072円減
 - 月別実績

年度	SS	AG	合計台数	収益	前年対比
----	----	----	------	----	------

4月	今年	30	36	66	¥3,713,640	87%
	前年	47	26	73	¥4,249,616	
5月	今年	40	36	76	¥4,210,981	90%
	前年	47	39	86	¥4,684,764	
6月	今年	25	37	62	¥3,673,223	179%
	前年	0	36	36	¥2,051,416	
7月	今年	33	65	98	¥5,738,621	228%
	前年	0	41	41	¥2,514,960	
8月	今年	36	41	77	¥3,367,696	106%
	前年	0	47	47	¥3,185,303	
9月	今年	23	39	62	¥3,339,108	114%
	前年	3	42	45	¥2,937,305	
10月	今年	21	30	51	¥2,807,222	189%
	前年	0	24	24	¥1,487,952	
11月	今年	28	37	65	¥3,743,441	126%
	前年	17	36	53	¥2,974,500	
12月	今年	98	130	228	¥13,465,960	119%
	前年	93	93	186	¥11,324,470	
1月	今年	26	33	59	¥3,144,418	103%
	前年	16	37	53	¥3,056,176	
2月	今年	21	25	46	¥2,432,581	101%
	前年	9	30	39	¥2,406,872	
累計	今年	381	509	890	¥49,636,891	121%
	前年	232	451	683	¥40,873,334	
差		149	58	207	¥8,763,557	

※2025年1月～愛甲は改装のため休業

2024年度の振り返りと来年度の活動方針

- コーティング収益：前年比121% (+8,763,557円)
- コーティング台数：前年比130% (+207台)
- 収益・台数ともに大幅増加し、過去最高を達成！
- ただし単価は4,072円ダウン（前年59,844円 → 今年55,772円）

- キーパーメニュー（フレッシュキーパー）の増加が影響

▶増加要因分析

- SSコーティングの成功
 - SSコーティング増加 (+149台) (前年232台 → 今年381台)
- 出張コーティングの導入：
 - 12月（年末需要）で出張コーティング導入
 - 単月で台数228台収益は1,300万越え

▶単価減少のリスクと対応策

- 収益の伸びは主に「台数増」によるもの
- **単価下落は4,072円減 (-6.8%)**
 - 単価の下落が続けば、将来的な収益減のリスクも。
 - 特に、通常コーティングからランクダウンは避ける必要がある
 - 高単価メニューの訴求強化が必要
 - オプションメニュー導入
 - 高級車向けメニュー開発（武石さんと共同で考案する）

▶GOAL： 2027年度までにコーティング年間収益1億円達成!!

▶2025年度目標：洗車台数と洗車利用率を前年比120%にする

▶2025年度注力：洗車等級制度の導入

- 所長納得いただく→社長から了承をいただく

▶2025年度小目標： 個人技術平均59点、店舗平均28点を達成！

- **個人技術平均：59点 / 77点満点** (第3回社員洗車コンテスト平均)
- **店舗ミステリーショッパー洗車レベル平均：28点 / 37点満点**

▶2025年度 単価回復施策の強化も同時進行で行う

- 超高価格帯メニューの考案と販売強化（武石さんと行う）
 - 既存顧客へのアップセル施策（キーパーからランクアップ）
 - オプションメニューの訴求（樹脂コーティングなど）
-

組織関連:

③部長企画サポート（報告）

- 社外プレゼン
 - 中部支店様 LINE活用研修会
 - 全3回プレゼン登壇
 - LINY研修会
 - 全国プレゼン登壇
- よかった点
 - 研修会や社外プレゼンでも登壇の機会をいただき、経験を詰めたこと。

△ 改善点（2025年度に向けて）

1. スライド・言葉数の削減

- 不必要な要素を削ぎ落とし、より研ぎ澄まされたプレゼンを目指す。具体的には「間」を使いこなせるようになる。

2. 設備面の強化

- ハンズフリーマイクやモニターなどを整備し、プレゼンのクオリティを向上させる

3. ファシリテーターのスキル向上

- 進行力を高め、参加者の満足度を上げる
 - 実際の行動につながるプロデュース力を磨く
-

④人手不足を解消する打ち手（進捗）

- 堀之内でスポットワークの引き抜きを実施し、確保成功
 - 整備士 4名
 - 通検 1名
 - テレアポ 1名

→ 人手不足の解消に向けて具体的な成果を出せた。

- 新面接提案
 - 臨時会議でプレゼン

→全社的な打ち手を見出すことができませんでした！申し訳ございませんでした！

2025年度提案書（部長・統括了承）

1. 現状の整理と課題

◆ 店舗ごとの運営方法にばらつきがあり、改善点が見えづらい

現在、各店舗の運営方針が所長の判断に大きく依存しているため、全体の方向性を統一するのが難しくなっています。また、洗車や油外商品の販売についても、店舗ごとに取り組み方が異

なるため、「どの店舗がどんな課題を抱えているのか」が分かりにくく、適切な改善策を打ち出しにくい状況だと思います。（例えば、声かけの回数が足りないのか、成約率が低いのかなど）

◆ 新しい取り組みが浸透しにくい

統括、販売企画部や車販課が推進する施策が、各店舗で十分に活用されていない状況です。その結果、店舗の成長が停滞し、会社全体としても大きな変化を生み出しにくくなっています。特に、各所長の業務量が増えていることが影響し、新しい取り組みに時間を割くのが難しくなっているように感じます。

◆ 現場が今のやり方にとどまり、新しいチャレンジが生まれにくい

新しいことに挑戦しようという動きが活発になるためには、運営のルールを統一し、評価の基準を明確にすることが大事だと思います。これによって、所長の負担を軽くしながら、会社全体の成長につなげられると考えています。

2. 役割の明確化

- 販売企画部：お客様に興味を持っていただく仕組みをつくり、集客や継続利用につなげる
- SS事業部（所長）：店舗運営の責任者として、お客様が「また来たい」と思えるお店をつくる

3. 改善の方向性と優先課題

✓ まずは評価の基準を統一し、店舗ごとの状況を見える化する

👉 各店舗の状況を把握し、どこを改善すればよいのか明確にする👉 例：洗車の利用率など、店舗ごとに共通の指標を設定

✓ 共通の取り組みを決め、スムーズに運用できる仕組みを作る

👉 企画部が中心となり、全店舗で共通の施策を実施する👉 例：季節ごとのおすすめ商品や、ネットを活用したキャンペーンなど👉 各店舗の工夫も生かせるよう、所長が主導する独自の施策も取り入れる

✓ 決めごとの流れを整理し、実行のスピードを上げる

👉 全社企画の決定は統括・販売企画部が行い、所長はその運用に集中できる形にする👉 どのように進めるかを明確にし、スムーズな運営を目指す

✓ 新しいことに挑戦しやすい環境をつくる

👉 成功した取り組みは、すぐに他の店舗にも広げる👉 【提案アイデア】所長の評価に「新しい施策を実施した回数」を加え、挑戦する意欲を後押しする

4. 期待される成果

- ✖ 所長の業務負担が軽くなり、会社全体での成長を目指せる
- ✖ 店舗ごとの状況が分かりやすくなり、具体的な改善策を立てやすくなる
- ✖ 「やる・やらない」の議論を減らし、実行のスピードを上げる
- ✖ それぞれの役割を明確にし、全体の流れをスムーズにする

5. 次のステップ

- ◆ 統括と相談しながら、全店舗に展開するタイミングを決める
- ◆ 所長とも意見交換を行い、スムーズに導入できるようサポートする

この仕組みを整えることで、販売企画部とSS事業部の役割がよりはっきりすることで、会社全体として成長できると考えています