



アライアンス プログラム店インタビュー

共感した、レンズ提案モデルに基づく アライアンス プログラムのビジネス戦略。

(株) 太平堂 専務取締役 今関一男様

太平堂は、大正12年（1923年）千葉県東金市で創業、90年以上の歴史を誇る老舗眼鏡専門店です。メガネづくりを通じた視力のケアの専門家としてQOL（生活の質の向上）に貢献することを基本理念に、常に地域にお住まいのお客様に喜ばれる店づくりに真摯に取り組んでいます。重厚感のある店構えと長年掲げている店名が入ったニコンの黄色い看板が特徴的なお店です。今回お訪ねしたのは、専務取締役の今関一男様です。イワキメガネ様に4年勤務されたのち、お父様である今関元様が代表取締役を務める太平堂で勤務されています。太平堂様における累進レンズ販売の取り組み、さらにニコン センチュリーAIの活用について具体的なお話を伺いました。



アライアンス プログラム店に参加された経緯や共感、ご賛同いただいた点などをお聞かせください。

メーカーから小売店を取扱店として紹介してもらえるのが非常に大きなメリットだと感じました。プログラムのお話を聞き、アライアンス フォーラムのセミナーにも出席し、メガネの価値を守る考え方に賛同しました。見え心地を実現するのはレンズであり、良いレンズの特性を引き出すのは眼鏡店の高い技術があつてこそ。メガネは、単にオシャレやよく見えるだけでなく、「よく見えて疲れにくい」ことが重要と考えています。必要な度数を出して、違和感のない見え心地にするためには正確・的確な視力測定とお客様の使用目的やライフスタイルにあったレンズ選び、最適なフィッティングが必要です。他店で買ったメガネが合わなくて、眼科に行く前に当店に来られるお客様が多くいらっしゃいます。何とかしてもらえると期待して来ていただいているので、地域に根差すメガネのスペシャリストとしての役割をこれからもしっかりと担っていきたいと思います。

検査の時間は1時間、オプトメトリスト検査を実施。

快適な見え心地を提供するメガネ作りのための検査についてお聞かせください。

「良い見え心地」のメガネが完成するまでに重要な検査にこだわり、初めての方で1時間ほどかけていますので、あらかじめお客様にお伝えしています。当店では、検査は私（オプトメトリストSSS認定眼鏡士）とSS級認定眼鏡士でメガネをお作りのお客様すべてに行います。

テストレンズを試す前の段階で、当たり前ですが基本となる遠用の度数を決定し、店内を少し歩いていただき歩行テストをします。この時点で足元が変とか、度数がきつく感じると、遠近両用レンズを装用した場合にもっと違和感が出てしまい、テストレンズでの再現がうまくいきません。また、遠視、乱視、近視が強すぎず適正かどうかチェックしています。

累進レンズを販売する際は、まずセンチュリーAIから勧める。

センチュリーAIの具体的なお勧め方法をお聞かせください。

テストレンズもまずセンチュリーAIから装用いただき必ずお客様全員にセンチュリーAIから勧めています。センチュリーAIをかけていただければ、心配は無用ですし最初に一番良いものからお伝えすることが大事だと考えています。いいレンズは絶対的に見え心地が良いとスタッフ全員が分かっている、上から下へ一番良いものから勧めることがお客様の満足に繋がると心から自信を持って日々接客しています。見え方の好みに合わせてくれる一番良いレンズにしかないオプションとお伝えし、演出も兼ねてiPad



を使ったVSテストを100%実施し、最高級グレードのシープラウドセンチュリーAIをお勧めしています。テストをして、どのくらいすっきり見えたほうがいいのか、どのくらいぼやけていても快適に感じるのか見え方の好みはそれぞれですので、設計に反映させるレンズとご説明しています。今日もちょうどニコンのレンズを

ずっとご愛用いただき、シープラウドAIをお使いのお客様にシープラウドセンチュリーAIをお買い上げいただきました。また別のお客様のお話ですが、シープラウドセンチュリーAIの見え心地があまりにも良いので、お渡し1週間後に2本目を買いに来たお客様もいらっしゃいます。

東京からこちらに越してきた元々グレードの高いレンズをお使いのお客様が、「ここまでテストをしてもらったのは初めて」「今までかけていたものが最高と思っていたが、さらに良いものがあった」ととても喜んでいただけました。完成したメガネをお渡しして、かけていただいた時のお客様の反応を見るとやはり嬉しいですね。お客様の満足度向上、そしてビジネスの側面でも高単価品の比率アップや複数所持を増やせる商品だと思います。

トライアルレンズのかけ比べ体験もやはり一番良いレンズから。

トライアルレンズのかけ比べやレンズのタイプ決定はどのようにされていますか。

遠近のテストレンズをお試しいただく際、一番最初に入れるのは確実にセンチュリーAI（アクティブ）からです。その時点で、まず加入度を決定します。ケースバイケースですが、加入度2.50Dだろうと思われる場合、少し弱めからあえて2.00D、

次に2.25D、本命の2.50D、その後わざと2.75Dを試していただきます（出来れば3.00Dまで。加入度が強すぎるとよくないことを説明し、感じていただくため。加入度を変えてお試しいただくたびに、必ず今なぜこの度数を入れているか説明も加えます）。

加入度が決まったら、その後、センチュリーAI、ロハステン、ロハスセブン、他社テストレンズを掛け比べていただきます。

先入観を持たれないよう「これが高いレンズ、より安いレンズ」

などは一切言わずに、どのレンズがよかったか聞くと、ほぼ皆さん最初のレンズが一番よかったとおっしゃいます。センチュリーAIは、テストレンズで差が分かる累進レンズです。かけ比べの際は、必ず手元のチェックシートから遠方の視線切り替えをして違和感がないかも確認します。良いレンズはここで差が出るような気がします。



ポイントは、テストレンズ体験からご自分に合うレンズの納得感に導くこと。

中近タイプのおすすめについてはいかがですか。

手元がまだ見づらい場合、もしくはお客様の見たい距離や要望によっては加入を決めた後、センチュリーAIのアクティブ⇒ウォーク⇒ホーム⇒クラフトの順にテストレンズで手元の見やすさと遠方の見え方をすべて体験し

ていただきます。（近用のみご希望で検査に入ったお客様は逆の順になることもあります。）この方法で、お客様は自分に合うレンズへの納得感が変わってきますし、ご自身で決めた感が出ます。

遠近両用を希望だった方が中近のほうがよくなるのはこの時かもしれません。

遠方の見え方、視力が裸眼視力と同等、もしくは少し超えるくらいが中近常用成功のポイントだと思います。最近ウォークタイプの比率も高くなっています。アクティブよりウォークを選ばれるお客様は、手元の見やすさが決め手になります。遠くもじゅうぶん見えますし、スマホが普及した影響も大いにあると思います。

スマホでニュースページや、タブレットを使う方には

iPadで文字などの見やすさをテストレンズでかけ比べます。

クラフトは、パソコンやスマホがもっと見たい方のニーズに最適です。

ウォーク、ホーム、クラフトタイプのテストレンズがセットになっているので、かけ比べがしやすくて良いですね。

度数が決まる、加入が決まる、レンズのタイプが決まるごとに、繰り返し「こちらのほうが『目がラク』、『目が疲れない』」等のキーワードは必ず言っています。見えるだけのメガネ、見えるだけの裸眼の状態が嫌でお客様は眼鏡店に来ていると思うので、『私、遠くはよく見えるのよ』と自慢の方にも否定されることなく受け入れていただけます。検査をした段階でレンズタイプは決まっていて、テストレンズで見え心地に納得いただけるので、お値段をお伝えしても多くのお客様が納得されます。



メーカーからの発信はより多くのお客様が目にはさますし、認知も高まる。

今後取り組みたいことやアライアンスプログラムに期待することをお聞かせください。

専門店にしか出来ない高度な技術をレンズ提案に活かせるセンチュリーAIビスポークのような新しい中近タイプをもっと積極的に販売していきたいですね。

また、アライアンス プログラム プレミア店に選ばれ、大変嬉しく思います。メーカーのホームページにショッププロケーターがあるのも良いですね。自社のホームページでも情報発信をしていますが、メーカーからの拡散、発信力は強いサポートになります。



今関専務取締役様をはじめ、取材にご協力いただいた太平堂の皆様、お客様、ありがとうございました。



ここがポイント！

- ① 一番良いレンズ、センチュリーAIからおすすめ
- ② テストレンズで納得のかけ比べ体験
- ③ アライアンス プログラム店のメーカー発信

(株) 太平堂 代表取締役 今関元様 取締役 今関恵美子様