

窓辺をかえる、明日が変わる。

TOSO

トソー株式会社  
www.toso.co.jp

# インテリア

8月25日号 No. 855

## ビジネスニュース

〈発行所〉(有)インテリア情報企画 〈発行人〉善明剛史 〈編集人〉石井真志 ●本社=〒121-0064東京都足立区保木間2-2-1-201 TEL03(5686)3188 FAX03(5686)2888 1995年(平成7年)10月31日第3種郵便物認可  
〈e-mail〉info@ibnewsnet.com 〈ホームページ〉www.ibnewsnet.com https://online.ibnewsnet.com 〈年間購読料〉15,000円 毎月10日・25日発行

インテリアからリフォームへ業態転換



「さる七月二十七日(土)・二十八日(日)の二日間、ハウジング・デザイン・センター神戸(HDC神戸)五階スタジオにて一般ユーザーを対象とした「カーテンフェア」が開催された。創業五十年以上という地域密

### 顧客をメインターゲットとした 困り込みリフォームビジネスを確立 カーテン提案も再スタート

スズラン装飾(兵庫県神戸市)

インテリア  
かく闘えり  
専門  
398



着ビジネスの強みを活かしたOB顧客をメインターゲットとしたイベントで、予約客を含めて多くのユーザーが来場、目標を大きく上回る成果をあげた。

「今回、カーテンフェアを開催して、これまでリフォームのことが多かった頭の中に、カーテンのことを改めて考えるきっかけになりました。これからは父から受け継いだインテリアのことも忘れず提案していきたいと思えます」と語るのは財田教宏社長である。

「しかし、私自身事業を継承し将来的なことを考えたいとき、カーテンだけを追いかけていてははずれ立ち行かなくなるといふ危機感をもっと強く感じるようになりました。そこで十五年前からリフォームに力を入れはじめたのです」

「まさに手探り状態でした。当初は内装リフォームくらいしか対応できませんでしたが、いろいろと学びを経験しながら徐々に水回り設備や外壁工事なども含めて総合的に対応できるようになりました。インテリアの時代からいるスタッフも、ともに手探り状態です」

「今から五十八年前に創業したインテリア専門店である。かつてはカーテン、カーペットをメインに取り扱う、いわば昔ながらの前売り型インテリアアシヨップで、財田社長が入社してからも壁紙の貼り替え工事などは若干手掛けしていたものの、基本的には前売り業態のまま事業を継続してきたという。

窓辺に木のぬくもり

新規取引先様 募集中 全国51の拠点からあらゆる内装資材と住設建材をご提供

▼さる... 灘で発生... の大地震... 府は、... 臨時情報... 意)を、... 制度運用... めて発生... 五日を... の呼び... は終了... 一週間... ったか... という... なく、... 怠りな... を続け... ▼以前、... ンボジ... 話だが、... 自然災... 中、膨... が発生... ボラン...

インテリア  
専門店  
かく闘えり

# 情報誌『WAKUWAKUライフ』 年4回発行

## スタッフ(人)をPRし顧客の信頼掴む

(1面から)

この同社のリフォーム事業への業態転換においてキーポイントとなったのがOB顧客へのアプローチだろう。

基本的にリフォーム事業者は、新聞折込チラシやインターネットを活用して集客する



店内

の我々では太刀打ちできません。それなら誰に提案するのかというと長年お付き合いしている顧客様しかないと考えました。

「DMの発送件数は、当初四千件以上でしたが、反応をみながら徐々に絞っていき現在は約八百件です。この八百件のお客様からそれぞれ植木の伐採、ゴミ捨てなどあらゆる要望に応えながらつながりを深めて繰り返しリピート受注をいただいています」

さて、冒頭の「カーテンフェア」は、こうしたイベントを定期的に開催してまいります」と財田社長。今後はカーテンも顧客とつながるための武器として活用していくとのことであった。

「昔からの顧客様は、当社がインテリアショップだったこともご存知ですし、とても自然にカーテンが販売できました。私自身もカーテンを思い出すきっかけになりました。当たり前のことですが、カーテンも重要なアイテムです。売上もプラスになります。今後もうしたイベントを定期的に行ってまいります」と財田社長。今後はカーテンも顧客とつながるための武器として活用していくとのことであった。

「特にキッチンやトイレといった水回り設備系のリフォームは、価格競争が激しくなります。例えばホームページで集客すれば数社の相見積もりは当たり前です。それでは後発

わたって掲載される「スタッフ紹介」である。財田社長をはじめとする全五名のスタッフそれぞれが、時候の挨拶や趣味、身近な出来事、あるいは時事問題、仕事に関することなど、A4サイズの紙面一ページ分、自由に記事を書いているのである。名前の紹介欄にはスタッフのニックネームも記している。

「顧客様にスタッフに対して親しみを感じていただきたいという主旨で続けています。リフォームは人への信頼で仕事が始まるものだと思います。まして顧客様から仕事を継続的にいただくとするなら、会社やスタッフのことをよくご理解いただくことが近道だと思いました」

「DMの発送件数は、当初四千件以上でしたが、反応をみながら徐々に絞っていき現在は約八百件です。この八百件のお客様からそれぞれ植木の伐採、ゴミ捨てなどあらゆる要望に応えながらつながりを深めて繰り返しリピート受注をいただいています」

「カーテンフェア」は、こうしたイベントを定期的に開催してまいります」と財田社長。今後はカーテンも顧客とつながるための武器として活用していくとのことであった。

「昔からの顧客様は、当社がインテリアショップだったこともご存知ですし、とても自然にカーテンが販売できました。私自身もカーテンを思い出すきっかけになりました。当たり前のことですが、カーテンも重要なアイテムです。売上もプラスになります。今後もうしたイベントを定期的に行ってまいります」と財田社長。今後はカーテンも顧客とつながるための武器として活用していくとのことであった。

「昔からの顧客様は、当社がインテリアショップだったこともご存知ですし、とても自然にカーテンが販売できました。私自身もカーテンを思い出すきっかけになりました。当たり前のことですが、カーテンも重要なアイテムです。売上もプラスになります。今後もうしたイベントを定期的に行ってまいります」と財田社長。今後はカーテンも顧客とつながるための武器として活用していくとのことであった。



専門店・縫製店様向け

ティナ

SEO

販売・縫製管理システム

ボイス対応

1日 極東産機(株)は、株式会社へ社名変更しました。

SS株式会社

www.klass-corp.co.jp/

wakuwaku ライフ

カーテンフェア開催のお知らせ

7月27(土) 10:00-17:00  
28(日) 10:00-16:00  
HDC棟5階スタジオにて  
詳しくはDMをご覧ください。

WAKUWAKU ライフ

様にカーテンを提案してはどうかと持ちかけられて実行しました」

もともと財田社長は、リフォーム事業へ参入する際、リフォームとカーテンをセットで販売していくつもりだったそうだ。しかし実際にリフォームをやってみるとリフォームとカーテンはまったく連動せず(財田社長いわく「別腹」とのこと)、リフォーム事業が本格化してからはカーテンを提案する機会が減っていったそうだ。

