

シンプルで端正、新和風のエクステリア

### K様邸

住まいに合わせてシンプルな外観に、というのがお客様の要望。そこで、モノトーンの建物に合わせて、黒を大胆に使ったエクステリアを提案しました。直線的なデザインで和の雰囲気をもたせ、落ち着きと知性を感じさせるしつらいに。ただのシンプルモダンでなく、新和風の提案がユニークで、デザイン性にこだわるお客様も非常に満足されているとのこと。



【エクステリア全景】  
左側にシャッター付きの駐車場、右側に門まわりを設置したプラン。玄関まわりの黒い部分に合わせ、黒で統一したため、きりりと引き締まった雰囲気のエクステリアに。



【門まわり】  
玄関の正面に塀を立てて、道路からの視線をさりげなく目隠し。直線のラインを生かしたため、色の分量や高さのバランスも絶妙です。



【中庭のテラス】  
建物のくぼみ部分に設けたタイル張りのテラス。一部にスリットを入れ、玉砂利を敷いたことで、軽快なイメージに。黒竹は根が他に張らないように、植木鉢ごと埋めてあります。

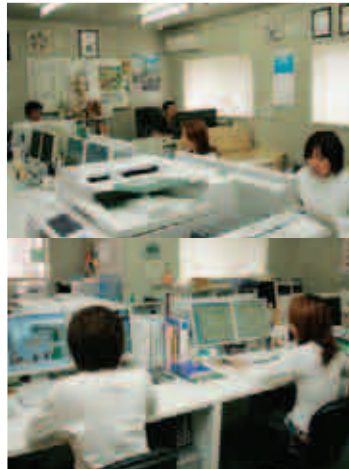


【和のディテールで遊び心】  
塀の足元には、白黒の玉砂利を敷き詰め、ギボウシやタマリユウなどを植えて和の雰囲気を演出。止水栓のマスをよけるために設けた塀下のくぼみも、しゃれたアクセントに。

## ハイテクを駆使して、 お客様にスピーディで説得力のあるプランを

店内では、50インチの大画面でプラン&施工実例を見ることができます。また相談テーブルのパソコン画面にお客様宅のパスを映し出し、その場で希望を確認したり、プランを変更しながら話し合いが進められます。「相見積もりのお客様も多いので、「修正プランは後日提出します」なんて悠長なことを言っていたら、他社に行かれてしまいますから」(浦崎様)。

事務所では、スタッフが1人につき2台のディスプレイを並べて使用。2台を連動させることで作業スピードがアップ。プランニングや見積もりなどの作業がより早くスムーズにこなせます。



事務所の風景。全員が1人2台のディスプレイを使って作業しています。



2台のディスプレイを連動させて図面を描いているところ。1台で行うよりも、はるかにスピーディかつスムーズに作業できます。



お客様との相談は、パソコンでその場で図面の修正をしながら行います。「最初は奥様についてきただけのご主人が、パソコンいじりながらだんだん夢中になる……そんなケースがよくありますね」(浦崎様)。夜10時を過ぎても熱い話し合いが続く日も。



50インチ大画面。相談中のお客様が来店すると、そのお客様宅のプランを映し出して出迎える、というキメ細い演出も。

### 事例ノート

静岡県浜松市  
サンメイト株式会社 様

## 17年前からショールーム+広告などで集客をはかり 現在ではコンスタントに1日1~2組が来店

17年前に、それまで勤めていた住宅会社から独立し、これからはエクステリアの時代だと思って当社を設立。当初から280坪のショールーム(展示場)をつくって、エンドユーザーのお客様を呼び込む方法をとってきました。エクステリアにも、「住宅展示場」のようなものが絶対に必要だと考えていましたので。そのころのショールームは、まだそれほど内容も充実していませんでしたが、新聞折り込みチラシや地方局TV・ラジオなどで宣伝すると、すぐに反応があり、お客様がたくさん来店してくれました。そうやって、折々に宣伝しては集客するという方法で、次第に「あそこにお店がある」と認知していただくようになりました。現在、お客様の来店は、コンスタントに平均1日1~2組はあります。最近では、チラシのかわりに「中日ショッパー」というタウン紙に月1度、記事広告を出しています。また、「タウンページ」にも1/4広告を出しているんですが、それらをご覧になって電話をいただいたり来店される方が多いですね。

## 10~20年後を見越した提案を

店長・松田英雄様

当社は来店されるお客様が多いので、お店でお話を聞きプランを提案するのが私の仕事です。相談・設計・さらに施工の現場管理まで一貫して担当しますので、お客様も安心感を持ってくださいます。モットーは「10年後20年後を見越して提案する」こと。今は園芸がお好きでも、高齢になったときの事を考えて草取りのいらぬ工夫をすることで、バリアフリーにするとか。そして、シンプルで長く使えるデザインを心がけています。最近では、以前のお客様からの紹介やリピーターも増えてきましたね。



## 広告に「主婦の生活感」を盛り込む

広報・佐野朋子様

社長が前の会社を急に「辞める」と言ったときは驚きましたね(笑)。新会社を設立して、妻の私も手伝うことになり、四十にして車の免許を取りました。事務全般のほかにも広報を担当していますが、主婦ならではの生活感を大切にしています。エクステリアは生活の場でもありますから。



代表取締役社長  
佐野宏行様

そんなわけで当社は、創業時から現在まで、ハウスメーカーなどからの紹介はほとんどなく、ほぼ100%お店に来てくださったエンドユーザーのお客様と直に仕事をしています。スタッフは、営業兼設計が私を含めて3名、広報など事務担当が1名。実績は月に20件前後です。デザインの傾向はとくになく、お客様のご要望や個性に合わせて、どんなデザインやスタイルでも対応できるようにしています。最近では若いお客様も増え、高いセンスが求められますので、常に勉強が必要。商品についても、メーカーさんの新しいカタログをしっかりとチェックするようにしています。アフターサービスは、木を植えたお宅に、枯らさないようにアドバイスに行くなど、時々顔を出すよう心がけていますが、なかなか回りきれなくて。でも、盆暮れの葉書やカレンダー配りは欠かしません。



「タウンページ」の広告と、地元のタウン紙「中日ショッパー」の記事広告。「ニュー晴れもよう」の紹介に「花粉の季節の対策に」「急な雨にも」といった、主婦の生活感を生かしたコピーが読者の興味を誘います。