

ショップを増やして地域密着の商売を。
「ユーザー様は将来の見込み客」と
アフターフォローにも力を入れています

創業は31年前でした。当時は高度成長期。日本全国の山が削られ、団地やゴルフ場になっていました。そんなとき、『世界環境宣言』という本を読んで「地球が病んでいる」と実感。もともと住宅関連の仕事をしてきたこともあり、造園業で環境を再構築したいと大志を抱いたのです。しかし当時庭づくりは植木職人の仕事で、なかなか事業として成り立ちませんでした。次第に公共工事やハウスメーカーの紹介が増えてはきましたが、今後はエンドユーザーのお客様と向き合うことが必須と考えて、7年前から「グランド工房」という名前でショップ展開をスタートさせました。ショップは現在新宮町、宗像市、筑紫野市、熊本市の4つ。今年中に北九州市にも1店オープン予定です。ショップをたくさんつくるのは、そのエリアで密着した商売がしたいのと、お客様に気軽に立ち寄りてほしいため。いずれも展示場を充実させ、お客様が実際にイメージしやすいようにしています。ショップに呼び込む広報活動は、毎月の新聞折り込み広告、タウン紙、地元テレビなどで行っています。スタッフは、各店とも店長以下4~5名。実績は全店合わせて月に30~50件ほどで、そのすべてがエンドユーザーのお客様です。とはいえ、一連の仕事が終わってからが本当の勝負。お客様がリピーターになってくださらなければ、長い目で見て将来はありません。ですから「最初のお客様は将来の見込み客」と考え、5年の無償点検と、「モールドクラブ通信」というユーザー情報誌を年4回発送するなど、アフターフォローにも力を入れています。また、スタッフのレベルアップも大切。日本各地の名園を見る研修旅行や、展示会などへも積極的に参加させています。30年前は漠然としていたエクステリア業界も、いまではすっかり市民権を得ました。しかし今後も時代の変化を読みながら一歩先を歩み、業界の発展と環境への貢献をめざしたいですね。



代表取締役社長・中村和男様



各ショップの入り口には「グランド工房」のロゴマークが。



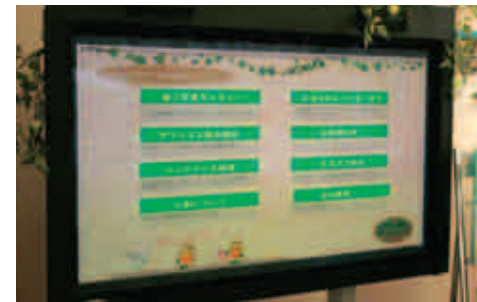
新聞折り込み広告「Ground Press」では、各ショップのイベント情報や実例紹介など、さまざまな記事を盛り込み、ご来店をはかっています。



中村様がエクステリアのノウハウを盛り込んだ「ちえちえ大事典」も用意。来店客に無料で差し上げています。



きれいに整理された「施工実例集」や「プランニング集」も揃っています。予算に応じて分類されているので参考にしやすい。



店内にはタッチパネルの大画面モニターも設置。施工実例写真をチェックしたり、おすすめ商品、工事、メンテナンス制度といった情報も見ることができます。実例写真はHPにも掲載。



「グランド工房 スタッフ紹介」。お客様に親しみをもってもらいたくために、各店内に貼られています。

グランド工房
新宮店

オープン7年。リピーターも多く
地域でも信頼されてきています

ここ新宮店は、平日は5~6組、休日には10組以上のお客様が来店されます。エクステリアに関して何かしら具体的な興味や目的があって来られる方が多いので、話を伺って、その質問や疑問にきちんとお答えできるよう心がけています。それがおつき合いの第一歩ですから。当社は、1人のスタッフが一貫して下見・話し合い・プラン・施工立ち会い・引き渡しまで行いますので、お客様は安心されますね。とくに新宮店はオープンから7年が経って地元でもすっかり認知され、リピーターも多く、お客様からも信頼されるようになってきているのを感じます。



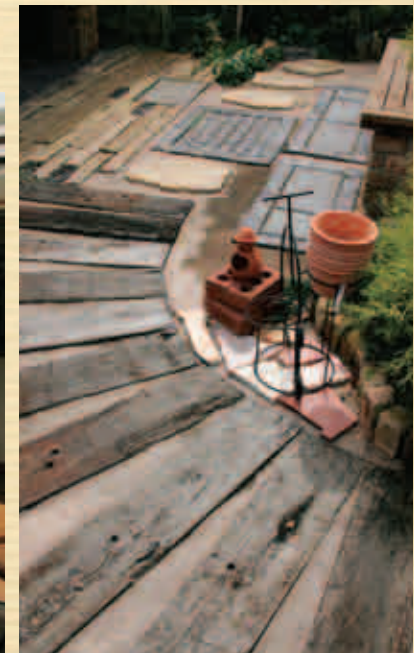
プランナー・五十嵐聖子様



屋根つきのテラスでアウトドアの団楽を提案。



新素材の紹介も。発泡スチロールの表面をセメントで固め、着色した「アートワーク」という手法の二セ岩。軽くて施工がラクなのが特徴。



さまざまな床材を展示したコーナー。お客様から「これを使ったらいくらになる?」などと具体的な質問が。



レンガ造りの小屋や、石造りの犬小屋も「アートワーク」。ベニヤのコンパネに薄くセメントを貼っただけなので、簡単につくれます。



花苗や鉢、エクステリア小物などの販売コーナーも。