

事例ノート CASE 1

青森県弘前市
Dプラザ&POP-1様

生活雑貨ショップ+エクステリア展示場で、新しいお客様を積極的に開拓!



支店長
松山康博様

創業は昭和24年。株式会社山武を母体とする当初はサッシャガラスなどの商品を販売する仕事でしたが、これからは直販部門も強化しなくてはとの考えで、12年前にエクステリア展示場「Dプラザ」を設立。エンドユーザー様へ向けたカーポート販売やエクステリアの設計施工を行って来ました。

去年7月、そのDプラザが高田支店から現在の場所に移ったのを機に、生活雑貨の店「POP-1」もプラスすることに。目的はズバリ「集客」でした。オープンフェアは、新聞折り込みチラシ、テレビとラジオのCMなどで宣伝。お客様は非常にたくさん集まってくれましたね。その後も、年に2回フェアを行って定期的集客をはかっています。

「POP-1」は生活雑貨を揃えた店です。エクステリアの店は、ハッキリとした目的がないとなかなか来店することはあませんが、雑貨は気軽に来店されるお客様が多いので、それをきっかけに当店を知っていただき、カーポートが必要になったりエクステリアを計画するときに利用していただければと考えています。ただ雑貨は商品選定が難しいですね。若い人向けよりも、住宅取得層の30~40代が好むものと考えながら選ぶようにしています。

スタッフは、支店長と一級建築士1名と営業3名、店頭接客2名(女性)です。実績は、フェアの後でカーポート15台前後ぐらいでしょうか。

エクステリア部門は、当初からずっとエンドユーザーのお客様主体にやってきて、現在リピーターとご紹介が非常に多いですね。

このあたりでは、エクステリア全体をデザインするというよりも、カーポートや門扉をつけたいという要望が多く、現在カーポート設置が仕事全体の6割ぐらいです。また修繕などの依頼も多いのですが、どんな細かい仕事でも嫌がらずにしています。それがリピーターや紹介にもつながっていると思いますから。

最近は住宅リフォームも手がけるようになってきたので、ゆくゆくは家も外まわりもトータルに提案していきたいと思っています。



左から支店長・松山様、下山様、齋藤部長様、木村様、対馬様、古川様。チームワークの良さではどこにも負けません。



広報活動は新聞折り込みチラシで。平成18年7月のオープン時のチラシ(左)と、現在年2回行われているフェアのチラシ(右)

エクステリア展示場

「Dプラザ」



門まわり商品とカーポートを中心に、デッキやサンルーム、物置なども展示して、さまざまなエクステリアを提案。さらに年に2回、春と秋にフェアを行って集客をはかっています。



スノースターで積雪地域のカーポートを明るく
Mu様邸

「明るくて積雪にも強いカーポートを」というご要望にこたえ、屋根に採光性のあるポリカーボネート板を使ったスノースターを設置。駐車スペースだけでなく、アプローチも屋根の下におさめたので、「車から降りて濡れずに玄関まで入れて便利」とお施主様も満足されています。



【エクステリア全景】
駐車スペースとアプローチをスノースターのひとつ屋根で覆ったプラン。玄関前は梁を延長させて柱をよけているため、アプローチ~玄関の動線もスムーズです。



【明るいカーポート】
積雪対応のカーポートの屋根は折板が多くどうしても暗くなりがち。その点このスノースターは、透明ポリカーボネート板の採用でこんなに明るく圧迫感がないのが魅力です。

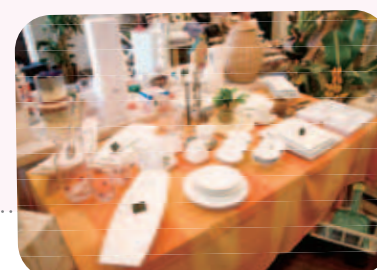


【カーポートの屋根】
透明ポリカーボネート板が空を透かすので、屋根の下はこんなに明るくなっています。

生活雑貨ショップ

「POP-1」

20坪の店内には、インテリア&エクステリアの生活雑貨がもりだくさん。カラフルで楽しい雰囲気です。商品は、普通の生活に使える実用性を備え、使いやすく、なおかつハイセンスなデザインのものを含みます。ビッグサイトで行われる雑貨の見本市「インターナショナルギフトショー」を始め、さまざまな雑貨の展示会などをチェックして仕入れています。



生活の中で使いやすい雑貨をセレクト「わかりません」と言わない接客を

商品セレクトは楽しいですね。たとえばキッチン用品なら、洗ってすぐ汚れが落ちるといった使いやすさを大切に選んでいます。接客するうえで心がけているのは、「わかりません」と言わないこと。しっかりとお客様のご相談に乗れるようにしたいと思っています。これからも、他でなかなか見つからないような雑貨を探して置いていきたいですね。



生活雑貨ショップ「POP-1」の商品セレクト&販売を担当する対馬和枝様