



代表取締役
嶋田光男 氏



他店との差別化を図るために提案力・デザイン力を強化

わが社は昭和60年にエクステリア専門店として創業。平成7年には展示場とエクステリアショップをオープンし「安らぎのある空間づくり」をテーマにしたエクステリアを提案してきました。16年を経た平成13年7月1日現在では、受注件数が5,020件に達しました。お客様の要望でいちばん多いのは、「他社より安く、ありきたりではない、質の高いデザインを」ということですが、わが社なりにその要望に応えてきた結果だと自負しています。もちろん、お客様によってスペースや使い方、デザインの好みなどが異なるので、打ち合わせにかなりの時間をかけています。お客様は予算が限られても概してあれもこれもと望みがちなので、細部まで話し合うことが大切です。その中でアドバイスや提案をしながらか、最後はお客様にご希望の優先順

位を決めていただくようになっています。展示場やショップに陳列しているウッドデッキやレンガ、植物、オリジナル品を含むさまざまなエクステリアグッズがお客様の目を楽しませ、イメージを広げるのに一役買っていますが、来場客が実際の受注に結び付く確率は決して高くありません。そのため、展示場やショップはひとつのアピールの場と考え、基本的に仕事は外回りで獲得するというスタンスを重視しています。そして、トラブルを防ぎ、信頼関係をつくるために、営業担当者が現場管理まで一貫して行う体制をとっています。福島県全域を中心に営業展開していますが、予算の平均は100～150万円で、ガーデンエクステリアまでを望む人は全体の1割程度にすぎず、エクステリアはどうしても後回しになるため、十分な予算を確保できないケースがほとんどです。

この厳しい状況下ゆえに低コスト化努力は重要ですが、他店との差別化を図る = 提案力の強化がそれ以上に重要と考えています。そのひとつの方策が手描き図面です。CAD図面は作成しますが、味わりに欠けるので、必ず手描きでカラーリングした図面を添えて提示します。また、エクステリア&ガーデン相談会やガーデニング教室を開き、オリジナリティのあるプランを提案して、関心を高めるよう努めています。

今後、さらにデザイン力・提案力を磨きたいのですが、そのために必要なのは新しい素材やアイテムです。わが社は独自に海外から商品を入力しており、興味深いものが多くあります。視野を広げ、発想を転換させると、新しいものがどんどん生まれるはずで、国内のメーカーにも新商品の開発を期待します。

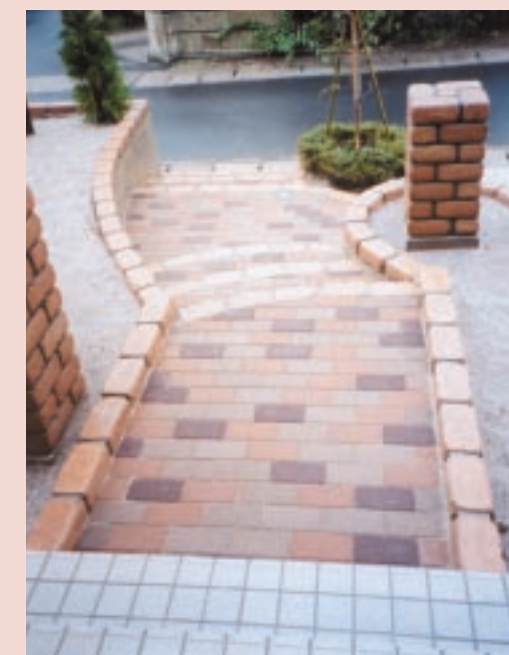


福島県福島市 K様邸

開放的なオープンスタイルのエクステリア。アールを取り入れたデザインでやさしい印象に。オリジナルの木質フェンスが個性的な表情をたたえている。

● 設計のポイント

K様邸のエクステリアは、建物の堅いイメージをぬぐうため「やさしい雰囲気の庭をつくりたい」というご要望に沿ってプランニングしました。明るく開放的なオープンスタイルを選択し、レンガとインターロッキングで構成したアプローチと植栽スペースをアール状にすることで、アプローチまわりを表情豊かでやさしい印象に仕上げています。このデザインは施主様が一目でお気に入り、スムーズに実現できました。また、ウッドデッキの前に設けた枕木とウッドの組み合わせフェンスはわが社のオリジナル品で、「ほかでは見られないデザイン」とご満足いただいています。ここで枕木を取り入れたことから、玄関脇の水道も枕木を使った立水栓にというご要望ができました。そのような自然素材を多用してナチュラルな雰囲気を演出したことも、やさしい印象を高めることにつながりました。



CAD図面に手書きのカラーパースや平面図を添えソフトなイメージで提案の魅力をアップ

