

埼玉県久喜市 **リファイン久喜**

クライムホームリアライズ株式会社
代表取締役 **黒須 登喜男**様

出張イベントを積極的に実施し 潜在するリフォーム需要を喚起

「リファインVシステム」で利益率向上をめざす

「人材育成や粗利益の取り方など非常に魅力的なシステムです。これで当社の課題である利益率を上げていきたい」と語る黒須様。エコアイデアとオール電化を切り口に、オールパナソニックの製品に加え、工事費や撤去費など諸費用をパッケージ化した「リファインVシステム」の導入に大きな期待をかけられています。



リフォームバック例 (チラシの一部抜粋)



車道幅で歩道が狭くなり人通りが激減「それなら人の集まる場所へ行けばいい」前向きな発想をされる黒須様

1988年設立の新築注文住宅を専門とする株式会社クライムホーム様から2006年に分社化して設立されたリファイン久喜様。1,000件以上のOB施主様のリフォーム需要を受けての設立でしたが、新規のリフォーム顧客開拓に積極的に取り組み大きな成果を挙げておられます。リファイン久喜の代表取締役 黒須登喜男様にその成功のポイントをうかがいました。



出張イベントでは体感できないキッチンなどはショールームで



交通量の多い道路に面したショールーム



「久喜市民まつり」では、商品やパネルを展示してPR

人の集まる場所を探して出張イベント

当社がオール電化で競合しているのは、専用ブースを構えてリフォーム専門人員を配置する大型ホームセンター、週に1、2回チラシの入る家電量販店です。そういう店に安売りでは勝てません。

対策を考えているとき、郊外型複合店舗・ダイエー東鷲宮店の駐車場で行われていたイベントに人が集まっているのを見て、これはいけるのではないかと思えました。イベントをさせてほしいと声をかけると、地元の会社なら無料でいい、ぜひやってほしいと快諾いただきました。次に駅前のエコス久喜に声をかけると、集客につながると喜ばれ、タイアップの話が決まったのです。この春もオール電化を中心とするリフォーム提案のテント8張りを出店しました。

現在、ダイエー東鷲宮店で年2回、エコス久喜で年2回イベントを実施しています。1回のイベントをきっかけに成約するのは1,000万円から2,000万円。毎月1回のイベント実施が目標です。

「久喜市民まつり」にも出店し積極的にPR活動

「久喜市民まつり」は駅前を歩行者天国とする大きなイベントで、昨秋は1日で12万人が来場したそうです。それだけ人の集まる場所を見逃すわけにいきませ

ん。祭の中での販売は難しいのですが、オール電化やリフォームのPRの場ととらえ、当社もテントを出させてもらっています。

また、イベントのお知らせ、国交省やNEDOの補助金、住宅版エコポイントなどの情報提供にはポスティングを活用しています。さらに、私自身もオール電化の家に住んでおり、家族構成や暮らし方を見て光熱費の違いや掃除の容易さなど、実感をこめてご提案できるのも強みです。保守的な方が多い土地柄、イベントなどへの積極的参加や、口コミや紹介につながるこまやかな対応が安売りへの対抗策になると考えています。

リファインショップであるメリットを最大限に活用

当社の最大の売りは新築とリフォームを同じ職人がしているという安心感です。一方、安売り店に比べるとかなり高い職人の工賃が利益率を圧迫しているのも事実。課題である利益率向上のため、昨年10月に始まった「リファインVシステム」を取り入れる予定です。

パナソニック電工の担当者とは頻りに連絡を取り合い、次々に提供してくださる最新情報やチラシ素材をフル活用しています。これはとても助かっています。

具体的なリフォーム相談があったときは、必ずといっていいほど汐留や埼玉のショールームを活用します。体感、体験に勝るアピールはありません。