

ショールーム

マンションリフォーム展示
新宿ショールームを大改装

ドア 200 本と床材 300 種類のコーディネートコーナー

建材メーカー大手の大建工業(株)では、1月4日より新宿のDAIKENショールームをリニューアルした。

大建工業では、関東では東京、関西では本社の大阪に従業員の多くが配置されており、東京では秋葉原と新宿の2拠点のショールーム

ム体制。今年はこちらもリニューアル改装中で、秋葉原では公共・施設向け対応を充実させる計画。新宿ではエンドユーザー向けにマンションリフォームの提案ができる空間展示を初めて設けた。

マンションリフォームを想定した空間は、FANTASTIC 4・5 (〳〵魅惑の4・5畳) という名称で、4・5畳という限られた空間の中で4つのコンセプトで展示している(左ページ参照)。

新宿ショールーム館長の柴崎茂之氏にこれまでの経緯とリニューアルの概要について話を聞いた。

柴崎氏はショールームでの勤務が5年余り。もともと営業畑で、工務店まわりの多かった柴崎氏が、エンドユーザーの存在を強く感じるようになったのは、かれこれ10年ほど前だという。それ以前には、定番の商品が売れ筋で、定番の床材の在庫を多く抱えている工務店が多かったが、10年ほど前から「建材はお客さんが決めるから」と商品の在庫を抑える会社が増えてきた。ショールームはもともと水まわり商品のメーカーが先行して全国展開していたが、建材メーカーでもエンドユーザー需

要の高まりを受けて、都市部にショールームを設ける動きが出てきた。今では新築住宅やリフォームを希望するお客さんが品質・性能・施工を確認する上で欠かせない施設となっている。

「一般のお客さんと直接接するようになって接客の意識が大きく変わりました。それまでは業者さんだけの対応でしたから、商品の機能を説明すれば良いと思っていたのですが、一般のお客さんは自分が抱えているイメージと実際の商品を照らし合わせるために来場されていたり、何か困りごとがあつてお見えになっていることが多いことが分かりました」

新宿ショールームは、TDY※コラボレーションショールームとなっており、3社全体で月間7000〜8000組の来場者がある。来場者の関心の多くは水まわり商品に集まっているものの、キッチンやトイレを見た後に、床やドアのコーディネートで大建工業のショールームをまわるお客さんも多い。

水まわりメーカーのTOTOTOでは全体の6〜7割がリフォームなので、リフォーム希望の来場者が

※TDYとは、TOTO・DAIKEN・YKK APの3社によるコラボレーションを指す。

DAIKEN 新宿ショールームはTDYの3社コラボレーションショールーム内にある。