

競合に勝てる我が社の工夫

相見積もりが多く取られる塗装営業で、他社に一步抜きん出る各社の集客や提案の工夫を紹介する



塗装専門ショールーム
集客数は約倍増



昨年3月にオープンした
“東海地区最大級”の
塗装専門ショールーム

国道302号線と県道29号線の交差点に建つ。
白いきれいな建物に、車上からも見える大きな看板が目飛び込む。
1階が駐車場、2階が約40坪の展示スペース

“東海地区最大級”をうたう塗装専門のショールームを、名古屋市中川区に開設した児玉塗装。一般客に混じり、同業者もアポありアポなし関わらず視察に訪れるという。集客数が開設前の1.5～2倍近くに増えたばかりか、ショールームの相乗効果でチラシやホームページの反響も飛躍的に伸びた。

児玉塗装

愛知県名古屋市

児玉塗装 児玉真梨子 さん

児玉圭司社長との結婚をきっかけにカラーデザインの勉強をし、外壁のカラーコーディネートを担当していたが、現在は後輩スタッフに譲って企画担当に



児玉塗装 中村大勝 さん

16歳から塗装業界に入り現在入社7年目。現場経験を5年積んだ後に職人から営業に転換した。現場をよく知っているのも、商談の場で何でも対応できるのが強み



カラーシミュレーションコーナーの壁には、色系統による印象の違いや配色の仕方などを示したパネルを設置。最近はページュなど薄い色が人気だそう



カラーシミュレーションコーナー

顧客が持ち寄った自宅外観の画像をパソコンに取り込み、モニターに映し出して塗装をシミュレートする。その後、イメージと実際の見え方とのズレを補うために、実際の塗り板と合わせて提案する



触れる体験ブースでは、下塗り、中塗り、上塗りの状態や、塗料の塗り方のバリエーションを触って体感できる。「こんなにきれいになるの?」と感想をもらすお客さんも多いそう



塗料の展示コーナーでは、アステックペイント、日進産業ガイナなど、同社取り扱いメーカー6社のブースを設置。「機能性塗料が人気で、アステックを選ばれる方が全体の7～8割程度と多いです」と中村さん

仕上がりを想像し 現調が待ち遠しい

「塗装に特化したショールームが作りたい、塗装を考える人が詳しく知る場所が必要だとずっと考えていたので、開設から1年近くたった今、“本当に建ててよかった”とつくづく実感します」と話すのは、総務部で企画を担当する児玉真梨子さん。以前の事務所は町なかにあったが、今回はロードサイド店。駐車場も完備している。「場所を決めたのは一昨年の夏でしたが、好立地なのに、野立て看板に埋もれていて売りに出ていることにしばらく気づきませんでした。知り合いが教えてくれた、野立て看板があるというところは宣伝効果もバッチリだろうという裏づけのもと即決しました。案の定、会社の知名度は急上昇。先日初めて美容容院に行ったら、受け付けで苗字と住所を見ただけで、あ！あそここの県道沿いの塗装屋さんですか?」と言われました」（児玉さん）。

来場客は近隣住民が8割と大半を占めるが、あとの2割はホームページを見て岡崎や春日井、三重県鳥羽から足を運ぶ人もい。ひと月の来場者組は均して15組程度。ただ、来店して見積もりをとると、5組中4組が契約にいたるといふ。

「何よりも嬉しいのは、来場いただいた方の9割で現場調査のアポをもらうのですが、皆さん、現調が待ち遠しいとおっしゃるんです。それは、来る前までの塗装に関する漠然とした気持ちから、見て触って聞くことによって仕上がりイメージできるようになるからだと思います」。

オープン前と比較し集客数は1.5倍から2倍近くまで伸びた。しかし、それに伴い工事件数も急増し、昨年の秋のシーズンには、もともと10件決まっていた案件にオンして、20～25件が決まり、ひと月に40件近くをこなさなくてはならなかった。

「ショールーム効果がここまで出るとは思わずに、集客だけで施工の体制ができていませんでした。今後は多くのお客様に対応できるように、もっと力をつけていきたいと思っています」（中村さん）。