

インタビューで振り返る

MANIX リフォーム支援の取組み

耐震・バリアフリー・省エネ・水廻りなど、リフォームにはたくさんのジャンルがあります。それがどんなリフォームであっても、依頼するお施主様の願いは「今よりも快適に過ごせるようになる」ということ。その想いを実現させるリフォーム店、工務店様をマニックスはどう支えるのか。社内インタビューを行いました。



株式会社MANIX
取締役営業統括部長 小川弘晃

さまざまな業種から注目されている「リフォーム」マニックスではどのような提案をしていますか？

ご存じのお得意先様はご存じですが、リフォーム提案をしている、またはこれから始めたいといったお得意先様にマニックスがサポートをするという取組みは10年以上前にスタートしました。

その当時は、各社、住宅設備機器メーカーさんでリフォームを支援するための会が設立された頃でもありました。そこで、マニックスでもリフォームに力をいれてお客様をサポートしようという方針が当時の社長（現在の会長）からありました。

当初から設備店のお得意先様が多かったということもあって、設備店のお得意先様に「元請事業をしましょう」という呼びかけをさせていただいたのが始まりです。そこから実際にリフォームの元請をされる方も増えて、兵庫、岡山ブロックを中心にマニックスがサポートする流通店の会として始められたのが「リスペースクラブ」です。

サポートの会として始まったリスペースクラブ。具体的にはどのような活動内容ですか？

リスペースクラブで、まず提案させていただいたのは、顧客管理をするためのシステムとしてソフトウェアを販売させていただいたことです。これは時代とともに専門メーカーさんがいるんな良いものを出していることもあって、現在のサポート内容には残っていませんが、“お施主様にリフォームを提案する”というテーマの前に、まずマニックスがお得意先様に対してどのようなサポートができるかということ、ひいてはそこから、その先にいらっしゃるエンドユーザー、お施主様へそれらをどう繋げてゆくのか、と考えたうえでの取組みでした。

そのほかには、自社イベントを開催するためのサポートなどもあります。当時は小さなイベントでもいいので、「まず一歩踏み出してやりましょう」というスタンスで、直接、元請というかたちで

の接点が無くても、リフォーム以外の、例えば補修や修繕の依頼があったOBのお客様に対して、もっと自分の会社を知ってもらうためにイベントを行う、といった後押しをさせていただきました。自社の店舗前でのイベントなら、地元への知名度は確実に高まりますし、定期的に行うことで会社としての信頼度も上がります。現在は、「リフォームフェア」と銘打った、大型展示、提案イベントへのご案内も多いです。このかたちのイベントは、お得意先様を主催店として、エンドユーザーやお施主様を招待するといったものですが、魅力のひとつはやはりスケールの大きさですね。住宅設備機器メーカーさんとの協賛が主ですので、会場の大きさを活かした新商品展示やイメージ提案、特典なども充実しています。

設立当初からの取組みが変化しながら現在も継続しているんですね。新しい企画などがあれば教えてください。

今後の展開としては、今まで“はりまブロック”を中心に進めてきたリスペースクラブの活動エリアを横に広げて展開したいなという思いがあって、「広島リスペースクラブ」が今年の1月から始動しています。

今はまだ、イベント開催のサポートがメインですが、チラシの作成やはりまブロックで定着している「リスペース誌」の発行など、OBのお客様との繋がりを支援する取組みを始める予定です。さらに、リフォーム店様向けの勉強会も行っています。勉強会の目的は、この業界の商品に対して学びの場を設けること、もうひとつは販売促進の勉強会のこと、マーケティングについてですね。具体的にいうと、ニュースレターのつくり方やチラシのつくり方、ブログの書き方などについて講師を招いた実践形式で行っています。実施時期は地域によっても変わるので、都度案内をさせていただいていますが、今後は広島ブロックも含めて定期的に実施していきたいですね。