

2013年(平成25年)

7月30日

No.1082

毎週火曜日発行(第5週は除く)

# リフォーム産業新聞

The Japan Journal of Remodeling

発行所: ㈱リフォーム産業新聞社  
本社: 104-0061  
東京都中央区銀座8-11-1  
TEL: 03(6252)3450 FAX: 03(6252)3461  
発行人: 加賀光次郎  
年間購読料 19,500円

チャレンジ  
リフォーム産業新聞社は  
チャレンジ25キャンペーンに  
参加しています

CONY JAPAN

## 新ブランド「リフォームする」始動

### 水まわり専門の新業態、第1号店オープン

CONY JAPAN(大阪府大阪市)は、新業態のリフォームブランド「リフォームする」を立ち上げた。第1号店は7月27日、大阪府堺市にオープン。今後はノウハウを同業者に提供するFCC展開も視野に入れている。



赤石幸彦取締役

「これまでのリフォームは、見積もりを取って見ないと値段が分からないことがほとんど。これではリフォームに不安を持っている人は、いつまで経ってもリフォームしません。『リフォームする』ではこの問題を解決するため、最初から明確にリフォーム価格を提示します」

近年同社では、リフォーム工事が大型化しており、低価格商品の受注が

低下していた。新ブランドでその回復を図りたい考えだ。今後は「リフォームする」では設備交換の中規模工事、従来の「スペースアップ」では全面改装などの大規模工事といったすみ分けを行う。

店舗は営業4、5名、事務1名の体制を基本とする。現場数も多く、低価格帯を中心とした新店舗は、

新ブランド「リフォームする」には、「気軽にリフォームする」という意味を込めた。主にトイレやキッチンなどの水まわり住宅設備の入れ替え工事を専門的に行う。ユーザーが取り組みやすい価格

帯の商品を用意。新事業の最大の特長は



▲新ブランドのロゴマーク

工事費を含めたリフォーム価格の表示。チラシやホームページには、トイレ、キッチン、バス、洗面、ビルトインコンロなど約50種類のリフォーム費用を掲載する。

赤石幸彦取締役は新ブランドについて、「新たな顧客層、特にこれまで一度もリフォームを頼んだことのないユーザーを開拓したい」と意気込む。

「これまでのリフォームは、見積もりを取って見ないと値段が分からないことがほとんど。これではリフォームに不安を持っている人は、いつまで経ってもリフォームしません。『リフォームする』ではこの問題を解決するため、最初から明確にリフォーム価格を提示します」



エゴ事業部 上田圭介課長代理

関西を中心に展開する家電小売店の上新電機(大阪府大阪市)が水まわりリフォームに本格参入し

「リフォームする」の営業部隊に引き継ぐことで高い成約率を実現できる仕組み。水まわりリフォームにおいても、この仕組みを利用することで短期間に実績を伸ばしている。

現在、トイレリフォームを中心に事業展開を拡大しているが、今後は順次水まわりの各部位に注力していくという。店舗のリフォームコーナーも充実させつつあり、テストケースとして姫路店には30坪のリフォームコーナーを設置している。

## 上新電機、180店舗でトイレ展示

### リフォームのメニュー拡充

## キッチンの新型パック発売

### 40万円を切った「超得」など3種

ゆとりフォーム



▲キッチンで10億円の売り上げ目標



大澤洋昭社長

ゆとりフォーム(東京都板橋区・大澤洋昭社長)はキッチンの新たな定番パック商品3種類を7月1日に発売した。価格の安さやユーザーへの分かりやすさを追求した点が特徴。最安値の「超得」は工事費込みで40万円以下。これにより、キッチンリフォームを拡充し、

今年度の単体売上高は20%超アップの10億円を目指す。このたび発売した商品の1つ目は価格の安さを追求した「超得」。機種がLIXILのシエラ1種類であるが、40万円を切る39万9800円という価格が最大の特徴だ。

「超得」は「超得」よりも商品グレードをアップしたパック商品。機種は2種類あり、クリナップの

最後の「あこがれ・夢のキッチン空間へ」は、初めてキッチン設置場所の移動費用まで価格に含まれた定期制商品。従来、取り付け場所の移動を含むキッチンリフォームは個別見積りも対応だったが、初めて固定価格を打ち出した。

これらの商品は年間約1000件のキッチンリフォーム実績から導き出された顧客ニーズ「価格・機能・空間」をもとに開発された。同社は2011年8月より追加工事が一切かからない定期制商品「超安心価格」を販売してきた。価格の安心感から、トイレやコンロなど複数の商品ラインアップがある中、特に給湯器は従来と比較し販売数が約2倍となっている。

しかし、キッチンにおいては追加工事費なしの新型の定期商品の発売に至った。今後はキッチン同様に需要が高いバスリフォームのパック商品の発売も検討中だ。

「超得」は「超得」よりも商品グレードをアップしたパック商品。機種は2種類あり、クリナップの

最後の「あこがれ・夢のキッチン空間へ」は、初めてキッチン設置場所の移動費用まで価格に含まれた定期制商品。従来、取り付け場所の移動を含むキッチンリフォームは個別見積りも対応だったが、初めて固定価格を打ち出した。

これらの商品は年間約1000件のキッチンリフォーム実績から導き出された顧客ニーズ「価格・機能・空間」をもとに開発された。同社は2011年8月より追加工事が一切かからない定期制商品「超安心価格」を販売してきた。価格の安心感から、トイレやコンロなど複数の商品ラインアップがある中、特に給湯器は従来と比較し販売数が約2倍となっている。

しかし、キッチンにおいては追加工事費なしの新型の定期商品の発売に至った。今後はキッチン同様に需要が高いバスリフォームのパック商品の発売も検討中だ。

「超得」は「超得」よりも商品グレードをアップしたパック商品。機種は2種類あり、クリナップの

最後の「あこがれ・夢のキッチン空間へ」は、初めてキッチン設置場所の移動費用まで価格に含まれた定期制商品。従来、取り付け場所の移動を含むキッチンリフォームは個別見積りも対応だったが、初めて固定価格を打ち出した。

これらの商品は年間約1000件のキッチンリフォーム実績から導き出された顧客ニーズ「価格・機能・空間」をもとに開発された。同社は2011年8月より追加工事が一切かからない定期制商品「超安心価格」を販売してきた。価格の安心感から、トイレやコンロなど複数の商品ラインアップがある中、特に給湯器は従来と比較し販売数が約2倍となっている。

しかし、キッチンにおいては追加工事費なしの新型の定期商品の発売に至った。今後はキッチン同様に需要が高いバスリフォームのパック商品の発売も検討中だ。

「超得」は「超得」よりも商品グレードをアップしたパック商品。機種は2種類あり、クリナップの

最後の「あこがれ・夢のキッチン空間へ」は、初めてキッチン設置場所の移動費用まで価格に含まれた定期制商品。従来、取り付け場所の移動を含むキッチンリフォームは個別見積りも対応だったが、初めて固定価格を打ち出した。

これらの商品は年間約1000件のキッチンリフォーム実績から導き出された顧客ニーズ「価格・機能・空間」をもとに開発された。同社は2011年8月より追加工事が一切かからない定期制商品「超安心価格」を販売してきた。価格の安心感から、トイレやコンロなど複数の商品ラインアップがある中、特に給湯器は従来と比較し販売数が約2倍となっている。

しかし、キッチンにおいては追加工事費なしの新型の定期商品の発売に至った。今後はキッチン同様に需要が高いバスリフォームのパック商品の発売も検討中だ。

「超得」は「超得」よりも商品グレードをアップしたパック商品。機種は2種類あり、クリナップの

最後の「あこがれ・夢のキッチン空間へ」は、初めてキッチン設置場所の移動費用まで価格に含まれた定期制商品。従来、取り付け場所の移動を含むキッチンリフォームは個別見積りも対応だったが、初めて固定価格を打ち出した。

これらの商品は年間約1000件のキッチンリフォーム実績から導き出された顧客ニーズ「価格・機能・空間」をもとに開発された。同社は2011年8月より追加工事が一切かからない定期制商品「超安心価格」を販売してきた。価格の安心感から、トイレやコンロなど複数の商品ラインアップがある中、特に給湯器は従来と比較し販売数が約2倍となっている。

しかし、キッチンにおいては追加工事費なしの新型の定期商品の発売に至った。今後はキッチン同様に需要が高いバスリフォームのパック商品の発売も検討中だ。

## 「トクラス」に社名変更

### ヤマハシステム、MBO実施

システムキッチン、システムバス等を製造・販売するヤマハリビングテック(浜松市・森定保夫社長)は、MBO(マシメント・バイアウト)経営陣が参加する買収を実施し、10月1日付でトクラスに社名変更する。これは、投資ファ

ンダーの日本産業パートナーズと、同社の親会社だったヤマハが保有する約9割の株式を、経営陣と住友林業、銀行系ベンチャーキャピタル3社による

出資、及びデンソーからの出資継続で、9月末までに買い取るもの。

同社はヤマハの完全子会社だったが、2010年にヤマハグループから離れ独自経営に転じ、今回MBOを実施し社名変更し踏み切った。今後は、株式市場への上場も視野に、積極的経営方針のもと、海外展開など新たな事業戦略を展開する。

「トクラス」は、日本語の「トク」を意味し、2011年11月新たな商品統合ブランドとして立ち上げたのを、今回新商号として採用した。

また、修理金額上限が年々低下していくようなこともない。現在のサービス対象商品はエコキュート、IHヒーター、キッチンなど27品目。エコキュートの場合、10年間の保証で2万9800円、IHクッキングヒーターで1万1000円など個別に保証料が設定されている。

リフォーム会社はこの延長保証の販売店契約を同社と結び、サービスを開始できる。説明用のパンフレットや独自システムのIDやパスワードなどが無償提供され、インシヤルコスト0円で取り組める。保証サービス一件につき10〜20%の手数料がリフォーム会社に支払われる。

また、修理金額上限が年々低下していくようなこともない。現在のサービス対象商品はエコキュート、IHヒーター、キッチンなど27品目。エコキュートの場合、10年間の保証で2万9800円、IHクッキングヒーターで1万1000円など個別に保証料が設定されている。

リフォーム会社はこの延長保証の販売店契約を同社と結び、サービスを開始できる。説明用のパンフレットや独自システムのIDやパスワードなどが無償提供され、インシヤルコスト0円で取り組める。保証サービス一件につき10〜20%の手数料がリフォーム会社に支払われる。

また、修理金額上限が年々低下していくようなこともない。現在のサービス対象商品はエコキュート、IHヒーター、キッチンなど27品目。エコキュートの場合、10年間の保証で2万9800円、IHクッキングヒーターで1万1000円など個別に保証料が設定されている。

## 住設保証を延長、最大10年間に

### ジャパンベストレスキューシステム

ジャパンベストレスキューシステムは、愛知県名古屋市がこのほど、住宅設備機器の保証期間を10年にするサービス「あんしん修理サポート」の提供を本格的に開始した。

住宅設備機器のメーカー保証の大部分は1年間だが、このサービスを利用することで保証期間を最大10年間にすることができ

る。同社のコールセンターに施主がトラブルの際に連絡すると、同社スタッフが修理にあたる。施主に安心感を与え、受注の決め手として工

事会社を利用してもらうのが狙い。

施主は修理保証期間内で規定内であれば、修理代の負担がなく、何年度も修理を行うことが可能

である。また、修理金額上限が年々低下していくようなこともない。現在のサービス対象商品はエコキュート、IHヒーター、キッチンなど27品目。エコキュートの場合、10年間の保証で2万9800円、IHクッキングヒーターで1万1000円など個別に保証料が設定されている。

リフォーム会社はこの延長保証の販売店契約を同社と結び、サービスを開始できる。説明用のパンフレットや独自システムのIDやパスワードなどが無償提供され、インシヤルコスト0円で取り組める。保証サービス一件につき10〜20%の手数料がリフォーム会社に支払われる。

また、修理金額上限が年々低下していくようなこともない。現在のサービス対象商品はエコキュート、IHヒーター、キッチンなど27品目。エコキュートの場合、10年間の保証で2万9800円、IHクッキングヒーターで1万1000円など個別に保証料が設定されている。