

北の大地からの熱い挑戦「TRY (トライ)」に大注目!

見て、触って、 「タニコーの価値」を体感する 北海道ショールーム

— 昨年の11月、北海道工場(岩見沢)敷地内にオープンした、タニコーショールーム「TRY (トライ)」。
厨房機器とシステムキッチンの両方を展示している、このショールームは、
タニコー製品を実際に見てみたい、触って使ってみたい、というニーズに応え、大きな反響をよんでいます。
「お客さまに、タニコー製品を直接感じていただけることはもちろんですが、
当社にとっても、さらなる顧客満足アップのために、非常に大きな役割を果たしています」
と、語るのは、青塚北海道事業部部長。今回の「タニコーの企業力紹介」は、
ショールーム開設の成果、そして、これからの北海道事業部のトライ(挑戦)について、青塚事業部長に聞きました。

お客さまとの信頼を築くショールーム

— 北海道ショールームオープンから、今年で3年目を迎えます。お客さまからの反響が非常に大きいそうですね。

おかげさまで、オープン以来非常に多くのお客さまにご来店いただき、お褒めの言葉を頂いております。

そもそも、この北海道ショールームは、「TRY (挑戦)」という言葉掲げているように、お客さまの様々な挑戦をお手伝いするスペースとしてオープンしました。タニコーには、実に多くの製品がありますが、今まで北海道のお客さまにはそれを体感していただく機会を作ることはとても困難でした。

パンフレットを用いた営業マンの説明や、同業者の方の口コミなどで製品購入を決断されていたお客さまが多かったわけです。

しかし、このショールームができたことで、実際にタニコー製



品を見て、触って、体感していただけるようになりました。これは、購入前の不安を取り除け、使う時のイメージをリアルに想像できるな

ど、お客さまにとっても大きなメリットです。また、同時に、当社の営業にとっても、より深くタニコー製品をアピールでき、さらには、お客さまと深い信頼関係を築く事ができる、などのチャンスが生まれます。

その証拠に、営業マンとの商談中にショールームに訪れたほとんどのお客さまに、製品を購入していただいています。営業マンやタニコーという会社を信頼していただかなければ、いくら優れた製品をご提供しても購入には結びつきません。

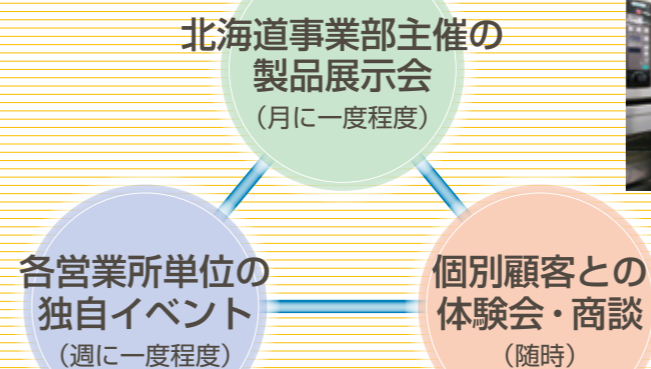
特に厨房機器は、売り切りの商品ではありませんから、お客さまから信頼をいただくことが重要なのです。タニコーに対する信頼という面では、ショールームに隣接している工場がありますから、そちらにも足を運んでいただいて、実際にモノづくりの現場を見ていただけるというのも、信頼につながっています。

展示会、営業所イベントから、社員研修まで

— ショールームの具体的な利用方法をお聞かせください。

ご存知のように、ショールームのある岩見沢は雪深い土地です。ですから、纯粹にお客さまをお招きするショールームとしては、4月から11月の営業となります。余談ですが、冬期の4ヶ月間は、営業社員などの研修施設としても活用しており、社員

北海道ショールーム 3つの活用法



にとっても、自社製品をより深く知り、レベルアップできる期間になっています。

4月から11月のショールームの使い方としては、大きく分けて3つあります。1つ目は、北海道事業部が主催するタニコー製品の展示会です。東京では、HCJ(厨房設備機器展)をはじめ、大きな展示会が頻繁に開かれますが、北海道での、大きなイベントは、2年に一度札幌で開かれるだけ。ですから、このショールームでの展示会は、月に一度程度、毎回テーマを決めて、北海道中のお客さまに広くタニコー製品を知っていただくことが目的です。

2つ目が、営業所が独自に企画、主催するイベントです。一つの製品に的を絞って、参加型のイベントにしたり、電化製品のみを扱ったりと、様々な個性的なイベントがあります。ショールームに置かれた機器は、基本的に稼働することができ、レイアウトも自由に変えることができます。

3つ目は、今挙げた展示会、イベント形式ではない使い方。例えば、営業マンが商談中に、お客さまと一緒に訪れて製品をじっくり見ていただく、といった場面や、WEBでシステムキッチンに興味を持たれたお客さまが、実物を見るために来店されるといったこともあります。

特定のお客さまと密にお話することができますので、お店のメニューや調理法などをお聞きして、それをタニコー製品で行うとこんなメリットがありますよ、といったお話や、時には、タニコー製品を使った、新メニュー開発を一緒に考えさせていただくこともあります。

ショールームはただの箱。 大切なのはそこで何を発信し、生み出すか

— 営業所ごとのイベント開催というのはとてもユニークですね。

そうなんです。実は、私はこの営業所イベントに大きな期待

を寄せています。と言うのは、いい企画を考えるためには、流行など時代を感じながら、常にお客さまに向き合っていかなければならないからです。今、お客さまは何に関心があるのか? 何を求めているのか? 何をご提案すれば喜んでいただけるのか? こういったことを考えなければならない。

そうして各営業所が発案したイベントが、来館されたお客さまに評価されるのです。好評な企画もあれば、ちょっと失敗だったなど思える事もあります。何が良くて、何が悪かったのか…、この事を共有し次へ繋げていくことはタニコーの大きな力になっていきます。

私は、このショールームをただの箱だと思っています。大切なのは、その箱から何を発信し、何を生み出すかです。タニコー製品、営業マン、そして、会社といった情報を広く発信する。そして、「タニコーの価値」を高めていける箱にしていかなければなりません。

よく他の地域の社員から、「北海道はショールームがあつてうらやましい」と言われます。確かに、これだけのショールームスペースを備えているのは川崎以外ではありませんから、非常にありがたく感じています。そして、ここでの成功が、今後、全国的に広がることも十分にありそうですし、そうしていかなければならないと思っています。

今後も、たくさんのお客さまの挑戦をサポートできるよう、事業部全体でショールームを盛り上げていきます。北海道ショールーム「TRY (トライ)」の挑戦にぜひ期待していただきたい。

DATA

タニコー北海道ショールーム
「TRY」
北海道岩見沢市栗沢町由良2-9
<お問い合わせ>
タニコー株式会社 北海道事業部
011(862)3010

