

# 住宅業界から発信された植物と庭が持つ可能性

ガーデンセンター／園芸専門店は、ガーデニングや家庭菜園の愛好家と、物日のギフトを買い求める人を主要な客層としてきた。それは、店の根強いファンを育てる一方で、客層を限定し、売り上げが季節の定番商品に集中する弊害も招いている。植物や庭は本来、地域に暮らすすべての人に身近な存在であるはず。その庭へのニーズに応えられているだろうか。

客層を広げながら、庭づくりのニーズを掘り起こせないか？植物や庭の魅力を分かりやすく提案し、客層を広げる企業が住宅業界にあった。ガーデン設計支援の株式会社エスティナと、グリーン雑貨売り場プロデュースの株式会社バース&リバーズ。両社は全国で、家を建てる人が訪ねるだけだった工務店や、必要に駆られて工事の相談に人が来るだけだったエクステリア販工店を、地域住民が集まる場所に変え、高単価のエクステリア・ガーデン施工を受注する場所に変えてきた。

両社の代表取締役・真崎 健さんに、その手法と、ガーデンセンター／園芸専門店の集客の可能性について聞く。(編集部)



ガーデンセンター／園芸店には庭仕事の大きな可能性が眠っていると話す株式会社エスティナ／株式会社バース&リバーズの真崎 健社長。利益の取れるガーデン・外構を全国100拠点以上の加盟店に支援してきた



事例写真を満載したカタログで、お客様と営業マンがイメージを一致させ、手描きの図面で受注を獲得



カタログでイメージを確認してもらい、エスティナ本部のガーデンデザイナーが図面を制作。描き直しを減らすことで、経費を減らし、施主からの信頼も高まる

## インタビュー

株式会社エスティナ、株式会社バース&リバーズ代表取締役 真崎 健さん

— 2つの会社の業務内容を教えてください。

真崎 バース&リバーズでは、既存の遊休施設や事業所をグリーン雑貨の売り場やカフェにするプロデュースをしています。例えば、工務店の一角や倉庫をリフォームして、お客様が気軽に立ち寄れる場所にする。今は、子どもたちが遊べて、誰もがストレスなく長居できるような場所が求められます。そういう空間づくりをしていますね。エスティナは、そういう場所を活用して企業として利益が取れるガーデン・外構を受注するサポートをしています。2004年に広島市で1号店を立ち上げ、売上アップを目指すエクステリア販工店、庭工事で

他社との差別化を図りたい工務店に参加してもらって、全国に100拠点以上を展開してきました。最近では、客単価アップを望むガーデンセンター、ホームセンターさんの支援にも力を入れています。

— エスティナに参画したガーデンセンター、ホームセンターには、どのようなメリットが期待できるのでしょうか？

真崎 デザイン性の高いガーデン・外構を、エスティナ本部のガーデンデザイナーと協力しながら提案することで、高単価の庭工事を受注できるようになります。

— ガーデンセンターやホームセンターの庭工事は、スタッフも少なく、数十万円の施工やメンテナンスが多かったのが実状ですが。

真崎 エスティナ加盟店の多くは、100万円未満だった庭工事の受注平均単価を、30%以上の粗利を確保しながら、200万円近く上げています。地域のお客様が本当に望んでいるガーデンを設計して、少ないスタッフでも効率的に営業すれば、庭工事を事業の柱のひとつにすることは可能です。

— 具体的に、どんなサポートを？

真崎 加盟店が実際に施工した数千点の事例写真を、クラウドで共有して、営業に役立ててもらいます。お客様には、実際の施工写真を見てもらうのが、一番わかりやすいですね。次に、お客様が選んだ写真からイメージをくみ取って、敷地に合わせたガーデンデザインを本部で作成します。モダンなガーデンから里山風の庭まで、7人の女性デザイナーが手描きをした図面を、

## グリーン雑貨店×住宅会社事例

店名：HODO HODO 運営：株式会社建装  
路面店／自社敷地内(島根県)



工務店の遊休施設に、バース&リバーズがグリーン雑貨店をプロデュース。地域住民が集まる場所に変え、庭工事の受注につなげている。スタッフ3名と少ない売り場でも、工務店に高い集客力と利益を生んでいる  
●紹介動画 <http://info.village.jp/>

## グリーン雑貨店×ガーデンエクステリア会社事例

店名：SPROUT 運営：株式会社SPROUT  
ショッピングモール／テナント出店(福島県)

バース&リバーズが提携しているショッピングモールのグリーン雑貨店では、集客力を生かして庭工事を次々と受注している。「ショッピングモールで庭工事？」と意外に感じるが、生活に密着した場だからこそ、家庭＝「家」と「庭」へのニーズが掘り起こせる



各店の営業担当に届ける。この流れで、図面の描き直しは減り、お客様から営業マンへ「あなたに任せたい」という信頼感が生まれています。未経験の新卒・女性スタッフでも年間2〜3千万円、社会人経験のある方なら、年間で4千万円以上を売り上げるようになります。

— ガーデンセンターやホームセンターだけでなく園芸専門店にも、庭づくりを考えている客層があるはず。そのニーズをうまくキャッチできていないとすると、間違い、お客様もそういう身近な場所での庭の相談ができれば助かるでしょうね。

真崎 例えばホームセンターなら、グリーン雑貨のプレミアムコーナーをつくって、そこでデザイン性の高い庭の受注を取って

みてはどうでしょうか？ もちろん、園芸専門店さんからの相談にもおこたえします。大手ショッピングモールに入店しているグリーン雑貨店が、庭の受注を取っている例もありますよ。

— ガーデンセンターや園芸店など花と緑を扱うお店は元々、住宅の工務店よりも大きな集客力があります。花と緑のお客様は、外構・庭へのニーズを持っています。そこを掘り起こして、高い粗利の取れる庭工事はどう結びつけていくか。そんなに難しいことではありません。私たちもお手伝いします。お客様の潜在的なニーズに的確にこたえられれば、少ないスタッフでも集客力や利益を高めることができます。

(次号に続く)



ガーデンデザインは担当者の個性が色濃く出て、ファンが生まれる一方、それを好まない客も生んでしまう。エスティナでは7人の女性デザイナーが、客層やご要望に合わせて、幅広いイメージのデザインを提供する

## エスティナ参画を検討する企業向けのBtoBサイト

<http://estina-bb.nextbuilders.net/seminar/>



ESTINA OFFICIAL WEB SITE  
エスティナのオフィシャルサイト  
[www.estina-style.com](http://www.estina-style.com)

▽お問い合わせ  
株式会社エスティナ <http://www.estina.co.jp/>  
東京都港区南青山4丁目10番4号 モン・パピール203号室  
TEL: 03-6447-1481