

窓辺をかえる、明日が変わる。

TOSO

トソー株式会社
www.toso.co.jp

インテリア

1月10日

No. 528

ビジネスニュース

〈発行所〉(有)インテリア情報企画 〈発行人〉善明剛史 〈編集人〉石井貴志 ●本社=〒121-0064東京都足立区保木町2-2-1-201 TEL.03(5686)3188 FAX.03(5686)2888 1995年(平成7年)10月31日第3種郵便物認可
〈e-mail〉info@ibnewsnet.com 〈ホームページ〉www.ibnewsnet.com http://online.ibnewsnet.com 〈年間購読料〉15,000円 毎月10日・25日発行



輸入ファブリックスをメインに展示したデコラドールの店内

輸入ファブリックスをメインに デコラティブなインテリアを提案 隠れ家レストランのような小さなお店

DECORADOR (東京・世田谷)

インテリア
専門店
かく闘えり

今回で紹介する(株)デコラドール(DECORADOR)は、二〇〇八年一月、東京・世田谷区二子玉川の商店街の一角にオープンした、欧州各国からの輸入生地・輸入ファブリックスをメインに、デザイナーとして長く

入カーテンを取り揃えた、提案型カーテン&ファブリック専門店である。同店は、オープンからもうすぐ三年。丸山雅郎社長と丸山千里店長のご夫妻が二人で営む、小さな店であるが、英国サンダーソン社創立百五十年を記念する「VERY SANDERSON展の一環として実施された「ショップディスプレイコンテスト」において、全国から多数の応募が寄せられた中、みごと佳作に入選を果たしたほか、JAPANESEでは、スタイリングプロのメンバーとして、トーンアップの展示作成にも参加するなど、多方面で活躍されている。

ちなみに、丸山雅郎社長は、外資系の大手小売店商品の部を経て、(株)デコラドールを設立。また丸山千里店長は、独立に先立ち、都内の地域密着型の有力なカーテン&ブラインド専門店にて、デザイナーとして長く

二子玉川と言え、玉川高島屋を中心とする高級ショッピングエリアであり、駅前はいまなお大型再開発が続いているが、デコラドールが立地しているのは、高島屋の裏手に古くからある、地元住民が利用している商店街の奥で、ちょっとした隠れ家レストランのような佇まいである。

この場所を選ぶに当たっては、丸山店長が長年、目黒通りや自由が丘界隈で仕事をしていた関係で、馴染みがあったこと、二子玉川エリアが、同業の専門店がない空白区となっていたことが大きかったという。

客層としては、都内よりも、多摩川の対岸である神奈川県側のお客が多いそう。また、インターネット経由や、既存客等からの紹介で、地方へ出向くこともしばしばあるという。

これは、都内では競争が激しいことに加えて、マンションなどでは、比較的にインテリアが好まれるのにに対して、同店が提案するデコラティブな世界は、郊外の戸建住宅に住む、こだわりの強い人々に、より強く支持されているためであるようだ。(右面へつづく)



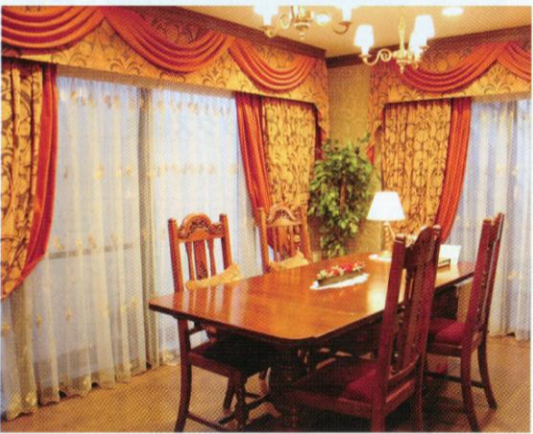
(3)第528号

インテリア ビジネスニュース

2011年1月10日発行



その佇まいはカーテン屋というより小さなレストラン



地下一階の商談スペース

デコラドールの顧客は、年代層としては、シニア層が多く、次いで三十〜四十代の経済的に比較的余裕のある人たちが多い。

その名の通り、店の雰囲気そのものがデコラティブで、什器やディスプレイでも、ちょっとしたレトロな雰囲気を演出している分、どうしても客層に限られる訳だが、デザイナーや設計士などのプロも、一般消費者も、同店が提案するインテリアを求めている人たちは、探し出しても来店してくれるとのこと。

なお、取り扱いメーカーは、国内の全ブランドと、フィスバ(クリスチャンフィッシュバッチ)や、マナトレ

ーディング、トミタ、テシード、ナショナルトレーディングなどが輸入する、世界のトップブランドである。

問題は、日本の市場がまず価格ありきになって、上質なインテリアを愛好する絶対的な

「私は小売流通業と

公倍数が少ないことと丸山社長、インテリアファブリックス業界が現在の状況に陥った背景には、業界が行ってきた、いままでの売り方があるのではないかと語る。

の全体的な流れを形作

インテリア
専門店
かく闘えり

インテリアは消費者が120%主導権をもつべき
市場を育てるには上質なインテリアの楽しさを
まず消費者に知ってもらう努力が必要



サンダーソン 150周年記念ショップディスプレイコンテスト入選者。後列左から丸山社長、丸山千里店長

しているものも、売って来ましたが、この業界ほど消費者目線ではない業界はないのではないのでしょうか。

インテリアは二〇%消費者が主導権をもつべきです。

と丸山社長が語るのには、同店のように輸入ファブリックスが中心の専門店であっても、国内の動向とは無縁ではないからだ。

ハイエンドな顧客層向けに、高級な輸入商品を展開している企業や販売店は、数を売る必要はない、富裕層や愛好家層を対象に、ニッチな世界をやっている方がいいのだ、と考え勝ちであるが、丸山社長の考えは違つた。

ついているのは、あくまで国内メーカー各社であり、「そうしたことろがキッチンやリビングなど、ウチのようなのも売れないので、輸入ファブリックが好きな人がいると言つても、ごく一部です。国産も輸入もマーケットとしては全部つながつていて、その一部が輸入品ということなので、従つて市場規模が小さくなれば、輸入の市場もそれほど狭まると語る。

ちなみに、マナトレーディングがサンダーソン社百五十年記念で実施した「VERY SANDERSON」の「暮らしのハンドメイド」は、販売店も、まずは消費者に上質なインテリアのすばらしさを知ってもらうキャンペーンを続けることで、マーケットのバイを大きくする努力をするべきではないか、とのことであった。

また、対策の一つとして、極端な話かもしれないが、例えばカーテンやブラインドに興味がない中間業者(設計や工務店など)を介させないことを、マーケティングの観点から、丸山社長、

「暮らしのハンドメイド」は、非常に勇気のいることで、価格志向の大型店に流れる危険性が相当ある訳だが、「こういうお店の存在を、もっと早く知ってもらえば」という消費者の言葉を何度も聞くのは、専門店としても残念と丸山社長。

「暮らしのハンドメイド」は、非常に勇気のいることで、価格志向の大型店に流れる危険性が相当ある訳だが、「こういうお店の存在を、もっと早く知ってもらえば」という消費者の言葉を何度も聞くのは、専門店としても残念と丸山社長。

株式会社 TAJIMA

Smart Design

タジマ「知」の床

タジマカーペットタイル [タジマSシリーズ]

http://www.tajima.co.jp

【営業本部】〒101-8577 東京都千代田区岩本町3-11-13 TEL.03(5821)7731 FAX.03(3862)5908
 【東京営業所】〒101-8577 東京都千代田区岩本町3-11-13 TEL.03(5821)7741 FAX.03(3861)3615
 【大阪営業所】〒550-0003 大阪市西区京町堀1-10-5 TEL.06(6441)5951 FAX.06(6444)2596