

参入続く 塗料ネット販売 激戦へ

塗装工事に結びつける

一般ユーザー取り込みで活用模索

《ヤブタ塗料》



荻田直秀社長

には、ネットで接客を電話でやるか、店頭で従来通りのうちの接客ノウハウでやるかになる」。

むとかというのではあれば、もっと色々なネットの使い方があるのかと思う(荻田社長)。

ヤブタ塗料(神奈川県小田原市・荻田直秀社長)は、楽天やヤフー、アマゾンなどのネットショッピングへの出店では粗利から10%程度の出店料をとられるが、その分がなく、比較的、利益率をとれているとのこと。

また、同社は建築塗装の施工もやっており、ネットビジネスでは「塗料屋さん.com」に先立つ、11年前から建築塗装の方のリフォームのホームページを運営中だ。

また、同社はネットでのデッドストック品の格安販売にも力を入れており、安定的に売れているという。眠っていて産廃になっていたものが現在は生かされているという。静岡県沼津市に工場を持ち、焼き付けと電着塗装を行っているほか、中国工場などの海外展開にも意欲的だ。カーボンオフセット植樹などの環境貢献にも力を入れている。

実店舗販売の売り上げが年間5億円に対し、ネット販売の年間売り上げも1億円弱に上る。ネット販売を実践して分かってきたことは、同社のターゲットはDIYユーザーや自動車用板金塗料、建築用と混ざっている中で、結局、リアル店舗と同じように手間はかかるということ。「ネットであっても接客ということでは変わらない。ユーザーを取り込むため

数多くあるリフォームページの中で差別化しようとして、塗料販売店がやっている塗装工事だから安心してきますということを訴える狙いから、実際にネットで材料を売ろうというところで、「塗料屋さん.com」を始めたという経緯がある。

塗料販売と建築塗装をネットで融合することにより、塗料をネットで買いにきたけれども、塗装は難しい↓ヤブタ塗料に塗装工事を頼もう、という塗装受注の流れも狙っているもの。

「本当にプロ業者を相手に材料だけ売るといふのであれば、価格勝負だけなのかなと思う。うちのようこそから一般ユーザーをもっと取り込

ユーザーをもっと取り込むため