

「低価格工事」の落とし穴突く 施工力を訴求する最強ツール

—創電(愛知県豊橋市) 吉田豊社長—

創電は1999年に創業した、太陽光発電システムやオール電化機器販売の有力店である。愛知県・静岡県を中心に販売・施工を行っている同社は創業以来、エコキュートを累計約600件、太陽光発電システムを約600件を売り上げる販売力だけでなく、クオリティーの高い施工力やアフターフォローにも定評がある。それだけに、オール電化機器の販売から撤退した店のお客のメンテナンスや、他店の施工ミスの修復などを依頼されるケースも少なくないという。

エコキュートは基礎工事や配管工事などが伴う設備商品である。一般的に、エコキュートの耐用年数は12年程度といわれているが、施工業者の施工技術が低ければ、耐用年数より短い期間で寿命を終える可能性もある。

情報不足を補う販促冊子

「最近のエコキュートの施工トラブルの内容を見てみると、粗悪な部材を使ったり、手抜き工事が原因というケースが増えている。

「お客様がこうした施工業者に引っかかるのは、悪徳業者の存在を理解せず、優良な施工業者を選択する基本情報が不足しているためだ」と創電の吉田豊社長は指摘する。

吉田社長は、自店の施工の質の高さをアピールすることはもちろん、悪徳業者からお客様を守るために「誰だこんな工事したのは！」という冊子を作成した。その内容は大まかに、①「施工トラブルの実態」、②「施工トラブルの事例紹介」、③「まとめ」の3つで構成されている。

①の施工トラブルの実態では、国民生活セン



◆創電の吉田豊社長は、リック運営サイト「オール電化J」(<http://www.alldenka.jp>)」で「見ればわかる！良い施工、悪い施工」を連載しているプロフェッショナル

ターで公表されいる「住宅リフォーム工事の訪問販売に関する相談件数」を紹介。モニター商法や悪質工事、ずさんなアフターフォローなど、国民生活センターに寄せられた「よくある相談事例」などもまとめている。

②の施工トラブルの事例紹介では、同社が実際に解決したトラブル事例を写真を交えて解説。施工トラブルの原因や、実際に施工した販売店の対応実態なども明らかにしている。この写真が施工トラブルの説得力を高める武器となる。

というのも、お客様のほとんどがエコキュートを初めて購入するため、いくら口頭で施工トラブルの実態を説明しても、悪徳業者にだまされるケースが後を絶たない。中には「そんなひどい工事を行う業者などいるわけがない」と高をくくるお客様もいる。写真はこうしたお客様に対し、施工トラブルの実態をリアルに伝える重要な役割を果たす。

③のまとめでは、施工技術の違いによって機器の性能や耐久性が変わる点や「あえて良い工事を掲載しなかった理由」、問い合わせ先などを掲載している。

では、なぜ良い工事を掲載しなかったのだ?

●図 創電の販促ツール（一部抜粋）



うた

同社ではその理由を「悪徳業者が自店の施例と偽って営業するのを防ぐため」とし、直接えるお客様にだけ教えると記載している。お客様への訪問を促す形を探っているのである。

お客様に訪問したら、図にある「あんたにかせてよかったよ！」冊子で、自店の施工に対

るこだわりを交えながら施工トラブルに対する
解決方法を紹介するという流れだ

ここまで同店が制作した販促ツールの内容について解説したが、Part2-2では販促のキモとなる「施工トラブル事例」をまとめた。本誌が創電の協力のもと、全面的に再編集したのでぜひ活用してほしい。