

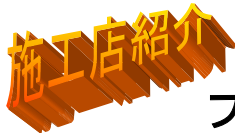
より高いクオリティを目指すウォーターコートメールマガジン

NMぱれす

発行日：2003.2.7 Vol～14

発行責任者：株式会社エヌエムウォーターコート 車関連事業部 松井正己

TEL0776-24-3428 FAX0776-24-3150 <http://www.watercoat.co.jp> E-mail: m.matsui@watercoat.co.jp



ウォーターコート導入後3年

プロショップ NETGEAR 様のご紹介

施工店名：(有)ネットギア

代表取締役：山口栄一

所在地：横浜市都筑区南山田 1-2-6 業種：カーケア全般を中心に販売整備

TEL:045-594-1105 FAX045-593-4099 URL：<http://www.netgear.co.jp/>

E-mail: info@netgear.co.jp

(NETGEAR ホームページより一部抜粋)

なによりもお客様とのコミュニケーションを大切に

クルマにかける情熱が事業をスタートさせた

そこに人が係わる限り、クルマにも、もっと愛情をかけてあげたい！

NET GEAR 様は、カーディーラーはじめ整備専門業者、その他カーケア関連事業者の数ある中でも異色の存在といえます。脱サラの山口社長は、そもそも事業を創める動機目的として、それまでユーザーとして、色々なクルマをディーラーや整備工場に預けていましたが、なぜこの料金になるのか等分かりづらい点が多く、嫌な思いをした経験がたくさんありました。この苦い体験をもとにクルマ好きのユーザーに納得していただけるカーケアショップを作りたいと開店しました。

オーナーの皆様にも感動してもらえる仕事を！

常にユーザーの立場にたって物事を考えておられる NET GEAR 様では、「私が NO.1」ということではなく、そのクルマを愛するユーザーが喜んでいただくこと、仕上がったときに、いかに感動していただくかということが一番考えています。山口社長は、若かりしころ TV アニメーション「ルパン三世」、「巨人の星」、「エースを狙え」、「宝島」、「家なき子」など数多くの作品にアシスタントディレクターとして携っていました。そのとき最も大切にしていたのは、視聴者に感動してもらうこと。カーケアをしている現在では、ユーザーの皆さんに感動していただくことが一番嬉しいことです。お一人おひとりのお客様が満足していただければ、良い評判は必ず口コミで広がるはず。クルマを通じてお一人おひとりとのコミュニケーションを大切に、生涯顧客作りをテーマにされています。お客様に必ず満足いただけるサービスを今後も提供して行きたいという、崇高なポリシーをもたれています。

社長のプロフィール

山口栄一（やまぐちえいいち）

1954年9月九州で生まれ。デザイナーを目指し美術大学に入ろうと上京。ギャルソン、アニメ制作助手などの数多くの転職を経験した後、大手生命保険会社に入社。保険外交10年その後支部長として実績を積み。1994年有限会社「ネットギア」を設立し現在に至っています。趣味はアウトドア全般、溪流釣り、カヌー、インデアンテントの野外生活など、なんでもありで酒をこよなく愛する遊びび人です。気軽に声をかけてください



山口社長にインタビュー

Q 今まで、ポリマー加工を中心にコーティングをされてこられたのに、ウォーターコートを導入された動機は？

A 世の中には、数多くのコート素材の商品が氾濫しています。コーティング施工技術に携って約10年、本質は、まずは、新車時の塗装状態にできるだけ復元させ蘇らせる技術の習得だと思っています。いかに下地を作るかが大事なテーマです。そして、いい塗装状態に復元させた後、そのユーザー様のニーズにあった素材として、最適な商品をいかに提供できるかですね。その一つとして、このウォーターコートがあります。注目したポイントとしては、環境にやさしいこと、施工が簡単であること、時間短縮が可能であること、リピーターとしての継続性があること。作業性と原価が圧縮できることでお客様にリーズナブルに設定できることなどが挙げられます。

Q 現在、貴社のカーエステコースメニューの中で、ウォーターコートはどのような位置づけで、ユーザーにおすすめされていますか？

A 1番おすすめのタイミングは、新車納車のときです。弊社は、販売中心ではありませんので、主に、これから購入される方が、どのコーティングにしようかと迷われているときに問い合わせされるユーザーが大半です。新車の時ほど、一番ニーズがあります。問題は、その後です。1年に1回ごとですと、塗装も、それなりにダメージを受けていますので、それなりに時間も要し施工料金も同様に設定する必要があります。このウォーターコートの場合ですと、季節の変化（四季）がある時期に誘導していきますので、塗装のダメージは、かなり食い止められます。青空駐車場で保管のユーザー様には、ウォーターコートは特に有効です。継続して来店していただく手段として弊社は、オイル会員とあわせ有効に活用しています。

Q 会員制システムを展開されておりますが、よろしければご紹介ください。

A 採用して、かれこれ3年目になりますが、弊社の観測としては、半年ごとですとユーザー様に、その効果を訴えることが少々困難と判断した為、1年に4回コースを設定しています。通常のポリマーと違い、重ねることで、より効果を発揮できる遅効性商品として位置づけていますので、ユーザー様に、その都度、経過観察をお聞きするようにはしていますが、今のところ、良い評価を頂いています。継続して来店いただくことで、さらにお客様の潜在ニーズを引き出し、他の商品への販売にも有効活用しています。

Q 施工されましたユーザーの反響や、感想などお聞かせください。

A ユーザーの大半が青空駐車場での保管の方ですが、お客さまの声としてウォータースポットが付きにくい（水玉になりにくい為）、雨が降るのが楽しみ（汚れが落ちる為）施工してからは、冬場の嫌な静電気が全くない、徐々に光沢が出てきた。というご意見が多いです。新車の場合、最初は、あまり変化を感じませんが、じわじわと体感され納得されています。洗車を逆にまめにしないほうが、傷もつきにくく、いい状態です。裏返して洗車しなくていいですよ、というのが弊社のアドバイスです。

A インターネットに投稿されたユーザーの感想をご紹介します

Water-Coat、3年目を迎えて。 横浜市 佐藤様（トヨタbB）

新車購入時にショップさんに薦められた「超親水性 water-coat」。単に洗車しているだけに見える作業行程に、初めは半信半疑でしたが・・・間もなく3年目を迎えます。（笑）無舗装雨ざらしの駐車場で自分での洗車は2ヶ月に一度、簡単なシャンプー水洗いのみ、にもかかわらず抜群の塗面状態です。雨が降ると埃が洗い流されるので、ものぐさで尚且つキレイにしておきたい私には最適なコーティングだったと思います。それと3度目の冬を迎えていますが、1度もあの「パチッ！」というやつにあっていません。理屈は今もって解りませんが「静電気防止」に絶大な効果が有るようです。他のコーティングに比べローコストなのも良いですね。最適な状態を保つ為、施工契約を更新しようと思っています。



Q コーティングのプロとして、今後ウォーターコートの市場性や展開方法等にご意見やアドバイスをお願いします。

A 弊社に関して申し上げますと、横浜第2の副都心として毎年1万人の人口増加、現状15万人、5万世帯という最も注目されている著しい市場環境にありますので、今後ますます展開の可能性はあります。「安く、早く、きれいに」、という最近の消費者傾向を考えれば今の時代には最適な商品と捉えています。今後は、地域性を考慮して、より集客のあるホームセンターやショッピングセンターとタイアップも視野に入れた展開を考えていく予定です。アドバイスとして、新規採用を検討されたとしたら新車だけではなく、旧車の在庫を想定しての誘導の仕方、コーティングの正しい理論の習熟、基本的な研磨技術の習得、他社商品の研究は、必須課題と思います。正しい理論と技術の習得は、必ずお客様の共感を得られ絶大な信頼に裏づけされます。自ずと他の商品の展開に発展する機会を得られるアプローチ商品としては、大きな武器にもなります。弊社は、かなり、こだわった施工を中心に展開していますが、すべてのお客様が、そうではありません。お寿しに松竹梅がありますように、お好みに応じて対応するメニュー作り、柔軟さが大事です。

その他、貴社のPR等ありましたらどうぞ！

弊社は、現在、コーティング関連・板金塗装軽補修業の独立志願者、新規導入をお考えの方向けの技術研修からマーケティング、開業までのスクールも展開しています。3日コースから1ヶ月の長期コースも用意しています。また出張施工サービスのFC化も現在展開予定です。ご興味のある方は、資料請求して、お問い合わせ下さい。

E-mail: info@netgear.co.jp (有)ネットギア

ありがとうございました(松井)