

「オンライン展示場」スタート

キッチンの解説動画8本

リフオーム事業を手掛ける大信住器（福岡県北九州市・リフオーム売上

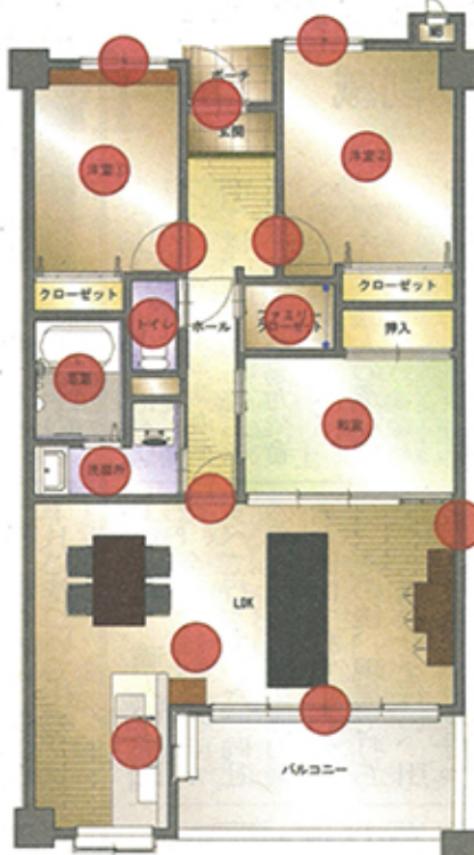
高3億5000万円）はこのほど、自社ホームページ上で「オンライン展

丸印をクリックすると、「示場」を開示した。これは間取り図にある

その箇所に関する商品の解説動画の一覧が表示される」というもの。元吉敏文社長のリフオーム情報報を発信するYouTubeチャンネル



元吉敏文社長



▲間取り図にある丸印をクリックすると、その箇所に関する解説動画の一覧が表示される

b eチャンネルの動画と紐づいています。例えばキッチンにあつてある丸印をクリックする

ソニックなソニックな8つのメ

ジを閲覧する中で、当社のステディアについての動画が並ぶ。クリナップのステディアについての

ショールームで元吉社長が同キッチンの特徴について解説する。

「オンライン上でショールームにいるような体感ができます。24時間3

65日、知りたい情報を得られます。間取り図から少ないクリック数で観

ることも意識しました」

（元吉社長）

また、こうした他社との差別化が見積もり依頼につながると元吉社長は語る。「お客様がさまざま

な会社のホームページを見たい」と、クリナップやパナソニックなど8つのメ

ジを閲覧する中で、当社のステディアについての動画が並ぶ。クリナップのステディアについての

オンライン展示場の開始の理由は、顧客が欲しい情報をストレスなく収集できるようにするため。

また、差別化も理由の一つだ。元吉社長のY

outTubeチャンネルの動画本数は約300本。これまでにメー

カーショールームをテーマにした動画は多く、オンライン展示場で活用するに至った。「いろんなメー

カーショールームに行つて、動画コンテンツを作りたいと思います」

（元吉社長）

今はリフオームの知識をまとめたオンライン展示場など、テーマを変えた展開も視野に入れ