

フランスベッドホールデ
フランスベッドがこれま
インクスが全国の工場など
に併設しているショールー
ム「PRスタジオ」を活用
し、ブランド向上策を進め
ている。中小の家具小売店
の減少などで商品を実際に
見てもらう機会が減るな
か、主力の中高級家具を中
心に幅広く展示し、商品の
品質や特長な
どをアピール
している。

三月二十五
日、十カ所目
のショールー
ム「フランスベッド・起立
木工PRスタジオ静岡」が
静岡岡部町にオープンし
た。木製家具メーカーであ
る起立木工（静岡市）の遊
休工場を活用し、約二千六
百平方メートルのスペースに
フランスベッドのソファやベッ
ド、起立木工の木製家具な
どを展示する。

ブランド 深化論

国内の家具市場が伸び悩
んでいるうえに、中小の家
具小売店は大手チェーン店
の台頭もあって、厳しい経
営環境に置かれている。専
門店そのものの減少に加え
、商品の回転が悪い高級
品の取り扱い縮小などが続
く。

フランスベッド



小売店と提携 工場で展示

「このままでは我々の商品が無くなっていく」（野口 ディンクス専務）。この危
が消費者の目に触れる機会 潤志フランスベッドホール 機感を打ち破る切り札の一
つがPRスタジオというわ
消費者がPRスタジオを
訪ねるには「招待状」がい
る。フランスベッドはあく
までもメーカーで、小売店
が販売するという原則があ
るためだ。来場希望者はイ
ンターネットなどで全国に
ある登録小売店を探し、招
待状を受け取る。来場者が
商品を購入すると招待状を
発行した店舗の売り上げに
なる。

集客することも多い。実際
に商品を見てもらい、品質
などを理解してもらえらた
め、成約率や購入単価は高
いという。

そのうえ「商品購入者が
口コミでフランスベッド商
品を広げてくれる」（野口
専務）。インターネットにも
「売り上げが減少して
も低価格品は扱わない」と
強調する。

中高級品の家具を購入す
る消費者の多くは実物を見
ることを重視する。フラ
ンセベッドが自社イメー
ジを守るという方針を貫いた
「赤坂に店舗を開設する。い
きそつだ。」

PRスタジオでは、工場
併設の特長を生かしてアウ
トショップの売り上げに
なる。

PRスタジオでは、工場
併設の特長を生かしてアウ
トショップの売り上げに
なる。