

企業ニュース

## “DIY女子部”とコラボ 女性目線がファン拡大の鍵に 和信ペイント

和信ペイントは、日本DIY協会主催の「JAPAN DIY HOMECENTER SHOW 2012」(8月23日~25日、幕張メッセ)に出展した。会期中は、女性だけのDIY活動を目的とする「DIY女子部」とコラボレーションするなど、ブース内は終始華やかな雰囲気包まれた。

「DIY向け塗料需要は縮小傾向にあります。女性を取り込むことで新たな飛躍が望めると期待しています」と話すのは深澤建築社長。学校教材向けに強い需要基盤を持つ同社にとっても少子化という需要構造の変化にさらさ

れており、近年はペイントユーザーの開拓、中でも女性ファンを取り込もうと、積極的な販売施策に打って出ている。

その中で、今回の出展で重視したの



子供連れの参加者も多く目立った

はペイント体験の提供。まず塗料に触れてもらうことが、ペイントファンになる入り口との考えから、一般公開デーとな

った24日、25日の2日間にわたり、「丸太のガーデンポットを作ろう」「うるし調デコデコ手鏡を作ろう」をテーマに計5回のワークショップを開催。更に新聞、雑誌、テレビと多数のメディアに取り上げられているDIY女子部をサポート役に据えることで、ペイントが女性にとっても身近な生活ツールであることを訴求した。また、ブース中央に配置したワークショップスペースそのものを見せることで、通りがかりの来場者の関心を引きつけることにも成功した。

集客の立役者となったDIY女子部の存在は「住まいを居心地の良いものにしたい」「好みのモノに囲まれたい」など、少しでもライフスタイルを充実させたいとする女性たちの等身大の存在に映る。

クラブ活動しながら、手づくりを楽



商品パッケージを楽しむ女性たち

しむことを趣旨とするDIY女子部は、創立1年で会員数は340名と急拡大。ワークショップ(講習会)の開催の他、イベントへの参加、企業との共同開発など、彼女たちが情報発信役となっていて、DIY愛好者の輪を広げている。そのような気運の高まりが、「分かりにくい」「難しそう」といったペイントに対する障壁を容易に下げていくものと

予感させる。深澤社長は、「店頭に置いてもらうための販促提案も重要ですが、これからはその先のお客さんにファンになってもらうことがもっと重要だと考えています」と話す。移動展示車として投入した4台の「ガードラック号」もホームセンターの店頭などのイベントにフル稼働。草の根的なプロモーションは、ショップからの評価も高めている。

更に会期中にビッグなニュースが飛び込んできた。1年のDIY関連の新製品を表彰する「日本DIY商品コンテスト」で、同社の「水性工芸うるし」が最優秀賞となる経済産業大臣賞を受賞した。同品は、漆調の仕上がりが得られながら、水性で速乾性を有していることが特長。「水性にしたことで、小中学校の授業のほか、DIY初心者・女性の利用も期待できることが評価のポイントとなった」と、今後の展開に弾みをつけている。