

# Show Me! Showroom



埼玉県 越谷市  
越谷レイクタウン  
ショールーム

一番新しいショールームから、  
最新の情報を全国に向けて発信していきたい。

越谷レイクタウンショールームのコンセプトは「リアル」と「体感」です。「リアル」の部分では、自宅のインテリアをイメージしたキッチンの空間展示などをご用意。「体感」では、IHやシンクをはじめ、お風呂のお湯はりなども実際に使っていただけます。ここはタカラスタンダードの172番目の最も新しいショールームなので、様々なコミュニケーションの中から最新の情報を全国に発信できるよう、積極的に活動していきたいですね。



盛ゆかり アドバイザー

Attention  
Please

「家事らくシンク」で、調理から片付けまでが、とってもカンタンに。



「スライドまな板」「アシストスペース」「ミドルスペース」の3層構造で、キッチンワークが驚くほど効率的に。毎日の洗う・調理する・片付けるといった作業がスムーズにできます!



業界初  
3層+  
人造大理石シンク

スライドまな板



こんなにやくや漬け物など汁気が多い食材の調理も快適に。

アシストスペース



ワークトップを汚さず、シンク上で作業。片付けは水切りを洗うだけ。

ミドルスペース



茹でこぼしもシンクからの戻り湯がないから、清潔に。

Takara standard

「きれい」と暮らそう、高品位ホーロー。

2016年春号(第1号)  
2016年3月発行(年2回発行)  
発行/タカラスタンダード株式会社  
〒536-8536 大阪府大阪市城東区嶋野東1-2-1  
tel.06-6962-1500

タカラスタンダードニュース

# Takara Standard News

2016 Spring Vol.1

## 創刊号



Contents

創刊のごあいさつ

中期的な営業政策について

Story of Inside!

エマウォール インテリアタイプ

わが街スタンダード! 熊本支店

Show Me! Showroom

埼玉県越谷市

越谷レイクタウンショールーム

# 2020年度に向け、今がはじまりの時。

お客様のおそばへ、  
もっと暮らしのそばへ、  
タカラスターダードは、

2016年、タカラスターダードは、お客様とのコミュニケーションを密にし、その繋がりを活性化していくために、「Takara Standard News」を発売することとなりました。住宅設備機器業界のリーディングカンパニーとして、お客様の声、市場の声に耳を傾け、今後も新たなニーズに応える製品づくりに努めてまいります。



タカラスターダード株式会社  
代表取締役社長 渡辺 岳夫



2月に開催された東京・大阪の会場で中期的な営業政策を発表しました。

## 1 持続的な成長を目指す

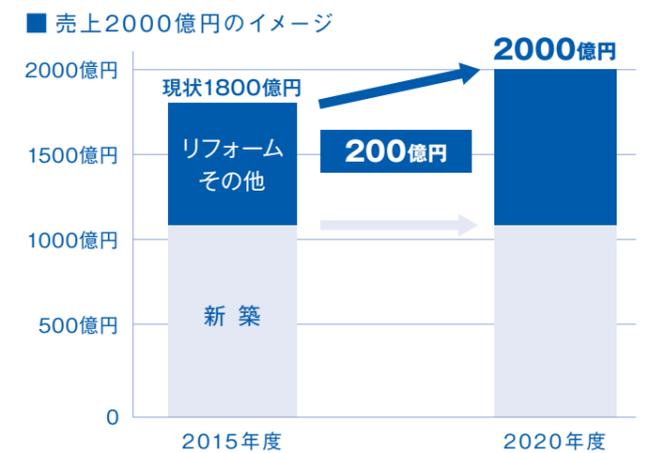
タカラスターダードでは今後の営業政策について、中期的な目標数値を2020年度・売り上げ2千億円に設定しています。これは、5年間で10%強の拡大、年換算すれば2.3%の成長です。一見すると控えめな目標と感ずるかもしれませんが、瞬間風速で2千億円を達成しても意味がなく、肝心なのは持続的な成長と考えています。現状7%程度の営業利益率を2020年度までに10%まで引き上げる。この利益目標と規模の拡大を両立させながら実現できる水準が、売り上げ2千億円だと判断しています。

■ 中期的な目標数値

時期 **2020年度**  
売上高 **2000億円**  
利益 **営業利益率10%**

## 2 売り上げ拡大の戦略について

2020年度までにどのようにして目標を達成するか。それが真に重要な部分です。今タカラスターダードが注目しているのは、新築ではなくリフォーム市場。今後の住宅事情を考えると、5年後の住宅着工件数は今より2割程度縮小する可能性が高いと考えられます。しかも、分譲マンション向けキッチンのシェアは非常に高くなっていますので、新築市場向けの売り上げは現状キープと考えるのが妥当だと思います。従って、2百億円の売り上げの積み増しは、リフォーム市場を中心に5年間で2割強の拡大を目指します。



<当社がリフォーム市場において注力すべきポイント>

<b>大都市圏のリフォーム市場</b>	規模が大きく当社シェアが低い。販売の強化を図るべく、ショールームの新設・全面改装を急ピッチで推進。
<b>マンションリフォーム市場</b>	住宅ストックの1割(約6百万戸)がマンションで、その半分以上が築後15年以上のリフォーム適齢期。

タカラスターダードにとっての大切な営業基盤は、地方市場であることには変わりはありません。地方市場と並行し2020年に向けて「大都市圏のリフォーム」や「マンションリフォーム」に注力する中で、その鍵を握るのが新たな商品群となります。キッチンでは、最高級ホーローシステムキッチン「レミュー」に、業界初のアクリル人造大理石「家事らくシンク」を

搭載し、さらなる進化を実現。分譲マンションでのノウハウを活かした、リフォーム向けのシステムキッチン「リフィット」と、洗面化粧台「リジャスト」も発売を開始します。システムバスについても「ぴったりサイズシステムバス」が、発売以来ロングランのヒット商品になっており、今後は柔軟な現場対応が可能な「伸びの美浴室」の強化も図っていきます。

## 3 ホーローを再び生まれ変わらせる

リフォームのニーズに合わせた様々な商品がリリースされる中で、さらなる需要喚起につながるのが商品の高付加価値化です。その一つの起爆剤が、ホーローへの「インクジェット印刷」。今年1月、このインクジェット印刷技術により、ホーローパネル上に高精細な絵柄を自由に表現できるEmawallインテリアタイプを発売しました。この新内装材により、一般住宅はもちろん、ホテルやオフィスビル、駅や病院などに、確かな品質と新しい価値を提供することが可能になったのです。これからは、このインクジェット技術をキッチンパネルやバスルームなどにも展開していきます。約半世紀前に、当社はホーロー素材と流し台を組み合わせて、ホーロー流し台という革新的な商品をつくり上げました。水まわり機器におけるイノベーションだったと考えています。そして今回、インクジェット印刷技術との結合によって、そのホーローを再び生まれ変わらせる。ホーローの再生(リボン)です。



インクジェット印刷技術により、多彩な色・柄の表現が可能に。アート作品やオリジナルデザインのパネル製作にも対応します。

# Story of Inside!

新製品開発物語

ホーロー内装材  
**Emawall**  
エマウォール

## インテリアタイプは、タカラスタンドアードの新たなフィールドへの挑戦。

専門業者に意見を聞いたり、研究にはとても時間がかかりました。Emawallインテリアタイプは、社長の渡辺がヨーロッパで確立されたセラミックへのインクジェット印刷技術に着目したのがはじまりです。その技術を研究し独自に改良を加えることで、ホーローにも印刷ができるようになりました。私はキッチンの開発を担当しており、パネルについての知識はあったのですが、いざインテリアタイプの開発にかかるると全然違いましたね(笑)。室内に施工するためには壁の構造を知る必要がありますし、施工性などの問題もあります。関連のある専門業者の方に意見を聞いたり、どういう仕様がいいかなどを研究するのに、とても



事業開発部 パネル事業課  
菅原 晋

入社から一貫してホーローに携わる。開発部時代はキッチンを担当し、ベストセラーとなった「エマージュ」や「レミュー」をリリース。Emawallインテリアタイプの開発でも中心的な役割を果たす。

時間がかかりました。デザイン重視の部材ということもあり、要望されるサイズに応えるためにほぼ完全受注生産体制をとることができたのも、プロジェクトチームがひとつになれたからだと思っています。

幅広く活用してもらえよう積極的に販路を広げていきたい。2016年はじめの発売から、Emawallインテリアタイプはすごくいい評価をいただいています。従来の内装材と違

い、傷がつかない、変色・変質しない、汚れが浸透しないという性能に加えて、ユーザーの希望に応じてデザインできる表現力が評価されているようです。これからは非住宅(交通施設・公

共施設・商業施設など)やマンションを中心に、新たな需要として例えば屋外サインや駅のホームドアなどへの展開も考えていきたいと思っています。2014年末のプロジェクト立ち上げから、発売まで1年と少しかかりましたが、新しい分野への挑戦でもあり、専属で担当した製品なので、もっと幅広く活用してもらえよう積極的に販路を広げていきたいですね。

非住宅のバンドタイプは、発売直前まで試行錯誤のくり返し。

私はプロジェクトがスタートして、しばらくしてからこのチームに参加しました。入社時からの上司であり、師匠でもある菅原に声をかけられたのがきっかけです。それからは菅原が構想を練って筋道をつくり、私が設計に落とし込むという役割分担で仕事を進めていきました。インテリアパネルをカタチにしていく中で一番難しかったのは、パネルの反りやひねりをいかに抑えるか。非住宅用のバンドタイプは本当に発売直前まで試行錯誤のくり返しでしたね。Emawallインテリアタイプはインクジェット印刷なので、データさえあれば多種多様な表現をできるのが魅力です。使い方にすごく広がりがあり、



ヘアサロン、カフェや飲食店、さらにはオフィスの会議室など、インクジェット印刷による自由な表現力で、空間のニーズに合わせたコーディネートを実現します。

とても可能性を秘めたパネルだと私は思っています。

今後はパネルのクオリティを高め、バージョンアップさせていくのが私の仕事。

今年はじめのインテリアタイプの発売からしばらく経ちますが、まさにこれからが本格的な仕事の始まりです。施工の場所や空間はそれぞれ違うので、様々な課題が浮かび上がってくることも考えられます。このパネルは上司である菅原と一緒に担当したのもであるし、その本人が販路を広げてくれているので、もっとクオリティの精度を上げて、パネルをバージョンアップするのが私のこれからの仕事です。ホーローは水まわりはもちろん、暮らしに最適な素材ですし、自由な発想でこのパネルの技術を活用し、いろんな商品づくりにチャレンジしたいと考えています。



開発部 開発一課  
上田 芳秀

菅原課長とは師弟とも言える関係で、入社からずっと開発に携わる。主にキッチンの開発を担当しつつ、Emawallインテリアタイプのプロジェクトに参加。

ベースが金属なのでマグネットを使用することができ、メモを貼ったり新たに収納スペースを設けることも可能です。



# ここが、 わが街スタンダード!

熊本県 熊本市  
熊本支店

新しくオープンした支店を象徴する、  
加藤清正公の長鳥帽子をモチーフにしたモニュメント。

熊本支店は全国的に見ても、とても平均年齢の若い支店です。昨年10月に移転して新築オープンし、来場されるお客様もかなり増えました。この新しくなったショールームと同じくらいに見ていただきたいのが、外の大きなモニュメント。熊本の英雄・加藤清正公の蛇の目紋長鳥帽子をモチーフにエマウォールで仕上げた、地元地域とのつながりを大切に  
する熊本支店の象徴です。

広いショールームには、元気いっぱいのアドバイザーが揃っています。



社屋右が蛇の目紋長鳥帽子のモニュメント。

## なるほど! ショールーム活用術

>>> 株式会社リ・ホーム熊本 専務取締役 島谷朝男 様

お付き合いをはじめた頃から、  
毎月休まずイベントに使わせていただいています。



私共がタカラスタンダードのショールームを使わせていただくようになって、もう7年になります。お客様をここに連れてくると、ものすごく反応がいいですね。というのも、タカラスタンダードの営業の方も、アドバイザーの皆さんも、職人の方も、皆さんが同じ価値観でお客様に接してくれるからです。毎月必ずショールームをイベントに活用させていただいているのですが、お客様との接点をつくるのに本当にプラスになっています。こんな素晴らしい関係をこれからも大切にしたいと考えていますし、今後は少しでもお返ししていきたいですね。

## User's Voice! お客様の声

>>> 熊本市 S様邸 2014年7月に22年使ってきたキッチンリフォーム

実際にホーローに触れて、これがいい!  
と思いました。

約1年半ほど前に、キッチンのリフォームをしました。以前のものより収納が増えて、ホットプレートなどの大きなものがまとめて片付くので、すごく助かっています。実際にホーローに触れると、サッと拭くだけでキレイになるので、すぐにこれがいいと思いました。新しいキッチンにはとても満足しています。



>>> 熊本市 N様邸 2015年12月に木製だったキッチンリフォーム

新しいキッチンは、娘が絵を描いたり、  
マグネットを飾ったり、とても楽しい雰囲気です。

昨年末にリフォームしたキッチンは、私も娘もすごく気に入っています。料理の時に、使いたいものにダイレクトに手が届くのがとてもいいですね。最近では料理がすごく楽しくなって、メニューもおしゃれになってきました。キッチン横の壁もホーローパネルにしたので、磁石が使えてとっても便利。娘も好きなキャラクターをよく描いてくれます。



## イチ押し! 地元Walker

>>> 熊本城

熊本に来たら、  
ぜひ熊本城を見てほしい!

熊本のイチ押しは、何と言っても熊本城。大小の  
天守閣はもちろん、加藤清正公と細川氏のそれぞれの時代につくられた「武者返し」など、市街地のすぐ近くで歴史の厚みを感じることができますよ。

