

豊の温かみ お客様に

広告活用 広域で営業

新聞の全面広告などを活用しながら東海3県だけでなく、東京、神奈川、千葉など関東地方でも豊やふすまの製造・販売をしている「まごころ豊」（本社・愛知県豊橋市）。同社の栗栖直毅社長(52)にこれまでの取り組みや今後の戦略などを聞いた。【聞き手・石塚誠、写真も】

—なぜ、豊橋で創業の家を訪問し、その家にされたのですか。

◆この地域には広告な

ことを駆使して積極的に営

業活動をしている豊屋が

なかったため、商機があ

ると思いました。創業当

時は一人で小さな折り込

みチラシを作り、3坪ぐ

らいの事務所に机二つ置

いて事業を開始しまし

た。電話を受けてお客様

の家を訪問し、その家に合わせた豊を提供してき

ました。

◆企業理念は？

◆企業理念という立派

なことを考える余裕はあ

りませんでした。お客

様と接する時間を一番大

切に考えてきました。私

たちは、従来の豊屋とは

違う考えを持っていま

す。扱っているものが豊

というだけで車のディー

ラーや家電量販店などと

同じように、お客様にサ

ービスを提供するという

気持ちで日々仕事をして

います。

電話があればすぐに出

向き、価格やサンフルな

どを提示しながら丁寧な



まごころ豊

栗栖 直毅 社長

サポートを心掛けていま
す。作業を終えた後、お
客様から「ありがとう」
と言われることが、すご
くやりがいになります。
社員たちには「お客様が
喜んでくれる仕事をして
いこう」と言っています。

—最近の業況は？

◆10年くらい前までは
全く豊の部屋がないマン
ションなどの物件が目立
ちました。最近のマンシ
ョンや戸建て物件は少な
くとも一間は和室が作ら
れるようになり、需要減
に歯止めが掛かっている
状況です。ここ数年、子
供が独立するタイミング
で豊の部屋を作りたいと
考えるお客様がいる一
方、町の豊屋は後継者の
問題で廃業するケースも
少なくありません。

—今後の課題や戦略
を教えてください。

◆現在も取り組んでい
ますが、ホームセンター
や家電量販店に仲介して
もらう、より多くの一般
顧客にPRしていきたい
と考えています。一昨年
からは、棺桶の底に敷く
豊の販売も始めました。
売れ行きは好調で、現在
は新規の注文受け付けを
止めている状態です。今
後も温かみのある商品を
提供していきたいと考え
ています。

くりす・なおき 関西で豊の会社に勤め
ていたが、2002年に脱サラしてまご
ころ豊を設立。現在は従業員約120人を抱
える。大阪府出身、52歳。