

報道関係者各位

2015年7月2日

### 新生 大塚家具 新ブランドビジョンを発表

～企業ブランドロゴを一新, スローガンは「幸せをレイアウトしよう。」～

総合インテリア販売の株式会社大塚家具（本社：東京都江東区、代表取締役社長：大塚久美子）はこのたび、新しいブランドビジョンを発表いたしました。

#### <新ブランドビジョン>

私たちIDC大塚家具は、インテリアを起点とした幸せを、高度な専門性を発揮しながらご提案していきます。そして、お客さまと一緒に考えながら、新しい暮らしを創っていきます。すべては、お客さまそれぞれの幸せのために。

新ブランドビジョンに基づき、お客さまからの評価を高め、企業価値を高めていきます。

#### <新企業ブランドロゴ・新企業スローガンについて>

今回、新ブランドビジョンに基づき、「企業ブランドロゴ」、「企業スローガン」を一新いたしました。

新企業ブランドロゴは、「IDC」の文字を、四角や楕円、円といった、空間を感じる異なるモチーフでデザインし、多彩なソリューションを提供できるというIDC大塚家具の自信や誇りを表現しています。知性を感じるダークグレイをメインに配色しながらも、ワンポイントとしてレッドで彩ることで、革新に挑んでいく未来に対するの志も表現しました。

また、新企業スローガンは、お客さまの幸せを共に創り、幸せへの想いに応えるという志がこめられています。

《本件に関する報道関係者お問い合わせ先》

株式会社 大塚家具 広報室

TEL : 03-5530-5566 / FAX : 03-5530-5567

E-mail : koho@idc-otsuka.co.jp

## <新ブランドビジョン アクションプラン>

新ブランドビジョンを具現化するために、3つのアクションプランを実施します。

### 1. 店舗の大リニューアルプロジェクト

全店舗で大リニューアルを行い、気軽に入れる場所にし、お客さまの幸せを共にプランニングする空間にしていきます。まずは戦略店舗として、2015年7月4日（土）に新宿ショールームが大リニューアルのセカンドステージを迎えます。

### 2. お客さまとインテリアとの関わり方の改革

インテリアというと、「高価なモノなので使い続けなくてはいけない」という概念をなくし、ライフスタイルにあわせ、もっと気軽にインテリアを変える自由を提案していきます。いいモノをみんなで使い継ぐリユースの仕組みを導入し、信頼できるリユース市場を確立します。さらには、「レンタル/リース」で使用できる家具等、新しい購入方法を提案することで、お客さまのさまざまな住まい方に応じた、より多くの選択肢を提供します。また、「リユース」に取り組むことで、優れた技術を持っているにもかかわらず、その技術を活かすことができていない国内の工場と提携し、国内工場の活性化を実現。国内の優れた家具職人を守り、職人の技術を次世代に継承することに取り組んでまいります。さらに、国内インテリア市場の活性化に寄与します。

### 3. 会員制の改革

価格のための会員制から、「パートナー」としての会員制へ、2015年10月1日に生まれ変わります。会員制の改革で、お客さまとインテリアを共に楽しみ、お客さまとの関係を深めていくことを目指します。また従来のポイント機能も充実させます。

## <新CMの放映>

新ブランドビジョンの発表に合わせて、TV-CMも一新します。注目の若手女優である平祐奈さんを起用した「大塚家具に行ってみた 男性スタッフ」篇（30秒）、「大塚家具に行ってみた 女性スタッフ」篇（30秒）を2015年7月3日（金）よりオンエアします。本CM内で、新企業ブランドロゴ、新スローガンも登場します。

リニューアルした新宿ショールームを舞台に、店舗へ来た平さんのイキイキとした表情を中心に、店員の親しみやすさや、家族で来て、また笑顔で帰る、楽しく気軽な空間であることを伝えることにより、店舗への誘引も目的にしています。

## <「のりかえ特割」キャンペーン>

新ブランドビジョンに基づき、インテリアを変えることで、人生がより豊かになるという価値観をお客さまに体験して頂くために「のりかえ特割」キャンペーンを実施。

当社の製品から「買いかえ」のお客さま、当社以外の製品から「のりかえ」のお客さまを対象に、不要になった家具を最大10万円で下取りいたします。今お使いの家具の下取りを行うことで、「インテリアを変えたいけれど、まだ使用できるからもったいないし、思い入れもあるし…」というお客さまの抵抗感・障壁を解決、資源を無駄にすることなく、今のご自身のライフスタイルにあった、インテリアを手に入れていただくことができるようになります。

私たちは、「幸せをレイアウトしよう。」の新スローガンを基に、お客さまの幸せを共に創り、幸せへの想いに応えてまいります。そして、時代にあわせた変革を、よりスピーディーに、大胆に進めてまいります。これからもIDC大塚家具を、どうぞよろしく願いいたします。

## 新生 大塚家具 新企業ブランドロゴ／新企業スローガン

### ■新企業ブランドロゴ (下記2種)



「IDC」の文字を、四角や楕円、円といった、空間を感じる異なるモチーフでデザインし、この3文字を、一人ひとり違う様々なお客さまの住まいに見立てています。

部屋の間取り図のようにすることでインテリアらしさ、ユニーク性を加えるだけでなく、「どんな住空間に対しても、そこに流れている時間や生活をより魅力的にするインテリアを提案できる」という自信や誇りを表現したデザインに仕上げています。

最高の住空間とは何かを常に考え抜き、お客さまが真に望む多彩なソリューションを提供できるエキスパート集団。そんなIDC大塚家具の特徴・強みを体現しています。

また、インテリア・コンサルタントとしての知性を感じさせるダークグレイをメインに配色しながらも、ワンポイントとして、「I」の上部を、品や格を漂わせたレッドで彩ることで、未来に対しての志も表現。「お客さま一人ひとりの豊かな住環境創造において“なくてはならない存在”になれるよう、革新に挑んでいく」という決意が、そのレッドには込められています。

紡いできた歴史を大切にしながら、新たな未来を創造していくIDC大塚家具の姿勢を訴求しました。

### ■新企業スローガン

幸せを  
レイアウト  
しよう。

大塚家具は、お客さまの幸せをいちばん大事に想い、大切にします。

そして、お客さまの多様な幸せにこだわり、それに応えていきます。インテリアには暮らしを変えるチカラがある。お客さまの「想い」と、大塚家具の「提案」で、幸せを実現する。お客さまの幸せを共に創り、幸せへの想いに応えるという志がこめられています。

## 新生 大塚家具 全店舗 大リニューアル

### ■大リニューアルの目的

大塚家具は、全店で順次店舗の大リニューアルを行います。気軽に入りやすい、お客さまと共に住まい方の想いを語ることが出来る店舗にし、お客さまの来店数増加を目指します。

### ■大リニューアルの概要

気軽で親しみやすいお店に生まれ変わるとともに、モノを見せる売り場から、住まい方を見せる売り場に変え、インテリアを通じて、お客さまの幸せをお客さまと共創し、住まい方を提案していきます。

戦略店舗である新宿ショールームは、2015年4月の第1弾リニューアルで受付まわりを中心にお客さまが気軽に入りやすい空間作りに取り組みました。今回、第2弾リニューアルとして、「ファブリックサロン」を7月4日（土）にオープンいたします。リビング、ダイニング、寝室に至るまでのファブリックを用いた多彩なアイテムを取扱い、家具だけでは実現できないさまざまなアレンジを提案します。

「ファブリックサロン」のオープンに伴い、1階はカーテン、照明、ファブリックアクセサリーなどインテリア関連商品を幅広くご覧いただけるフロアとなります。

今後もお客さまにとって「居心地がよい空間」であることはもとより、「見やすく」「わかりやすく」「新しい気付きに会える」売り場づくりをコンセプトに、各フロアのリニューアルを進めてまいります。

### ■大リニューアルのスケジュール

2015年4月17日 新宿ショールーム(第1弾)  
2015年5月30日 銀座本店  
2015年6月12日 福岡ショールーム  
2015年6月27日 大阪南港ショールーム(第1弾)  
2015年 7月4日 新宿ショールーム(第2弾)

※7月以降も全店を対象に、順次リニューアルいたします。

## 新生 大塚家具 新・会員制「IDC PARTNERS」

### ■名称

IDC PARTNERS

### ■スタート日

2015年10月1日（木）予定

### ■入会について

- ・入会はお客さまのご希望次第。従来と異なり、入会しなくても商品のご購入は可能です。
- ・年会費無料 ・シルバー会員（仮称）、ゴールド会員（仮称）の2種類。（区分は調整中）

### ■カードデザイン



### ■サービス

価格のための会員制から、パートナーとしての会員制へ生まれ変わります。お客さまとインテリアを共に楽しみ、お客さまとの関係を深めていくことを目指します。

#### 【優先的なサービス提供】

- ・催しの開催、および優先的なご案内など

#### 【ポイント機能を拡大】

- ・商品加工などのカスタマイズ、訪問点検、リフォームなど、有料サービスへの充当
- ・ポイントで商品購入が可能に
- ・お買い物以外でもポイントが加算されるシステムに（詳細調整中）

### ■ポイント概要

大塚家具でのお買い物金額に応じてポイントが加算される他、お買い物以外でもポイントが加算されます。※但し、一部対象外となる条件がございます。従来の会員様のポイントは移行されます。

#### 【ポイント付与日・有効期間】

ポイント付与日はお届け日（またはお持ち帰り日）の翌月1日、ポイント有効期間は最終利用日から2年となります。

#### 【ポイント付与率】

- ・シルバー会員（仮称）：お支払い金額の3%（現金払いの場合）または1%（クレジットカード払いの場合）
- ・ゴールド会員（仮称）：お支払い金額の7%（現金払いの場合）または5%（クレジットカード払いの場合）

#### 【ポイント利用時の換算金額】

- ・有料サービス利用時 1ポイントを2円換算
- ・商品購入時 1ポイントを1円換算

## 新生 大塚家具 新TV CM

### ■CM概要

大塚家具は、企業ロゴ、企業スローガンの一新に合わせて、注目の若手女優である平祐奈さんを起用した新TV-CM「大塚家具に行ってみた 男性スタッフ」篇（30秒）、「大塚家具に行ってみた 女性スタッフ」篇（30秒）を2015年7月3日（金）よりオンエアいたします。

リニューアルした新宿ショールームを舞台に、店舗へ来た平さんのイキイキとした表情を中心に、店員の親しみやすさや、家族で来て、また笑顔で帰る、楽しく気軽な空間であることを伝えることにより、店舗への誘引も目的にしています。



### ■オンエア概要

放送開始日：2015年7月3日（金）～  
放送エリア：全国

## 新生 大塚家具 「のりかえ特割」キャンペーン

### ■キャンペーンの名称

「のりかえ特割」キャンペーン

### ■キャンペーン実施日時

2015年7月4日（土）～8月31日（月）  
（2015年9月18日（金）のお届け分まで）



### ■キャンペーン対象店舗

全店舗

### ■キャンペーン概要

インテリアを変えることで、人生がより豊かになるという価値観をお客さまに体験して頂くことを目的に実施します。大塚家具の製品から「買いかえ」のお客さま、当社以外の製品から「のりかえ」のお客さまを対象に、不要になった家具を最大10万円で下取りいたします。お使いの家具の下取りを行うことで「インテリアを変えたいけれど、まだ使用できるからもったいないし、思い入れもあるし…」というお客さまの抵抗感・障壁を解決、資源を無駄にすることなく、今のご自身のライフスタイルにあった、インテリアを購入いただきやすくなります。これにより、買いかえのサイクルが長い、家具・インテリアの市場を拡大していきます。

#### 【のりかえ特割 内容】

対象商品購入金額に応じて、ご購入品と同種、同数の不要な家具を下取り

（下取り価格：10,000円～最大100,000円）

※当社製品からお買いかえのお客さまには、さらに増額で下取りいたします。

#### 【下取り対象外製品】

- ①引き取りに工事が伴う造作家具
- ②椅子カバー、ゆたん、コタツ、コタツ布団、座布団、マッサージチェア、電動ソファ、クッション、替えカバー、座クッション、カーテン・絨毯関連全般、マットレス、ボトム、電動リクライニングベッド、介護支援ベッド、寝装品、布団関連全般、照明関連全般、仏壇、インテリア小物、絵画（リトグラフ）

#### 【下取り価格】

購入商品金額（税込）	のりかえ下取り
100,000円以上300,000円未満	10,000円
300,000円以上500,000円未満	30,000円
500,000円以上1,000,000円未満	50,000円
1,000,000円以上	100,000円