

# AROC TIMES

Enjoy Communication

## リビングフェア2022 オンラインVIP店会開催!!

去る3月4日、「最新の住宅トレンドとコロナ禍における集客方法」と題してアロックVIP店会を開催いたしました。

[第1部]タブチキヨシ先生・坂田夏水先生による基調講演、[第2部]パナソニックリビングフェア2022概要と活用について、[第3部]パネルディスカッションの3部構成で、アロック・サンワとタブチ先生、フランスから坂田先生をオンラインで繋ぎ、開催しました。業界をリードするお2人の講演内容をぜひご一読ください。



株式会社attract style 代表取締役  
タブチ キヨシ先生

デザイナー・クリエイティブプロデューサーで、日本中に「幸せな家」をたくさん建てることを夢見る住宅のプロは、Instagramで5.2万人のフォロワーがいるカリスマ住宅デザイナーです。

### タブチキヨシ先生講演 コロナ禍における集客方法について



#### モノ売りから暮らしの提供へ

従来、新築を考えているお客様は住宅展示場に行き、〇〇ハウスという家を買うというのが一般的でした。ただ、こういった家を買うという「モノ売り」の提案の仕方では価格競争に陥りやすくなり、やがて行き詰ってしまいます。

現在、集客に困っている工務店さんはこのように家を売るという提案の時代から暮らしを提供するという時代にシフトチェンジしなければなりません。つまり、工務店さんはローカルのもので情緒な暮らしを提供する「福井の〇〇暮らしができる」ということを認知してもらえよう活動をする必要があります。

#### 新しい集客「学びの場」

近年の傾向として、新築を考えるお客様は暮らしを学びたいという意欲を持っている人が多いです。今後、今のニーズを捉え、暮らしを体験できる、**学べるプラットフォームをブランディング**できることが工務店さんの価値を高めることにつながります。

コロナ禍の中、リモートやオンラインで家は売れることはないし、ただ**完成見学会をただけではなかなかお客様も足を運んでくれません**。少人数で感染対策をしっかりおこない、今のニーズを捉えた**ワークショップやサロン**といった学べる場を開き、質の高い集客をすることが契約率のアップにもつながるのではないかと思います。

コロナ禍でのニーズ ▶▶▶ Well-being(心身の健康)  
— 学びの場例 —  
ペットと暮らす勉強会・観葉植物のスタイリングワークショップ



株式会社夏水組 代表取締役  
坂田 夏水先生

2008年に夏水組を設立。空間デザインだけでなく、雑貨屋経営など多岐に活動中の実業家です。「セブンルール」世界はほしいモノにあふれてる」など、TVやマスコミに多数出演されています。

### 坂田夏水先生講演 今求められる空間デザインとは

#### 理想のマイスタイルを追いかける時代

近年、めまぐるしく変化する時代のなかで、トレンドを追いかけるのではなく体験交流から自分で見つけるマイスタイルを追求する時代に変わってきています。自分自身の手で壁紙や内装をカスタマイズしたいというニーズが高くなってきていると統計結果にも出ています。こういったニーズの変化に提供側の**工務店さんが、いかに会社のレベルを合わせていけるか、提案力を上げていけるかが重要**になってきます。

これからお客様と一緒に**マイスタイルを見つける**といったお仕事の仕方をしていってみたいはかがでしょうか？

#### お客様のマイスタイルを見つける

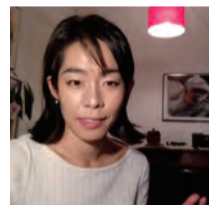
**お客様の潜在的なマイスタイルを引き出す**のに有効的なスタイルを提案し、スタイル分けすることでどういったスタイルにするか、最初の着地点を見つけることができます。

#### 坂田先生提案5つのスタイル

- ① シンプルミニマムスタイル
- ② ナチュラルノルディックスタイル(北欧スタイル)
- ③ モードブラックスタイル
- ④ シャビーシックスタイル
- ⑤ ヨーロピアンクラシックスタイル

#### パナソニックインテリアスタイル

- ① スタンダードレーベル
- ② クラフトレーベル
- ③ プラスレーベル



#### 坂田先生からのアドバイス

- 01 本人に聞くだけでなく、打ち合わせの際に身に付けている物や車、ネイル、化粧、服などを観て参考にしたり、新築購入世代(20代後半~30代中心)とプラチナ世代(50代~60代)の傾向も考慮すると良いです。
- 02 より潜在的マイスタイルを引き出すために、ピンタレスト(WEB上の画像集)の活用もおすすめ! [夏水組Pinterest](#)
- 03 日本では購入できない海外雑貨などもアマゾンなどで購入できるので、マイスタイルの幅が広がりますよ!



#### パネルディスカッション

### 業界をリードする

坂田 夏水先生 × タブチキヨシ先生

### の考える家づくりとは



パネラー：坂田 夏水先生・タブチ キヨシ先生 ファシリテーター：アロック・サンワ(株) 石橋社長

#### 石橋 家づくりがコロナの影響でどのように変化していると思われますか？

坂田先生 コロナで考え方も変わり、今後ビジネスをしていく上でSDGsからは逃れられなくなります。

タブチ先生 SDGsの観点から「地球を顧客化する」「地球が喜ぶ」ことをやるところにみんなが投資していくでしょう。そこに新しいビジネスのチャンスがあるのでは？

坂田先生 以前は無垢のフローリングをアフリカから取り寄せて…みたいな提案をしていましたが、今は日本で生産された杉・桧など地産地消の提案が求められます。スクラップアンドビルドという時代から、今の新消費者層の人達は、古いものをなるべく活かした暮らしがしたいというリフォームやリノベーションが増えていきます。



タブチ先生 昨年の結婚組数50万組、新築80万戸、空き家800万戸。新築はなくなることはないですが、Z世代が35年5000万円のローンのマインドになっていないですね。そのことを踏まえてビジネスを考えていかなくてはなりません。家を売りにいくのはアウト!

#### 石橋 それでは工務店さんは具体的にどのように取り組めばいいでしょうか？

タブチ先生 エシカルをどうかっよく見せるか、アップサイクルをどうブランディングするかを考えていけばいいのではないのでしょうか。

坂田先生 SDGsは知っているがハウスメーカーも工務店さんも、まだ関与しませんというところが多い。だから先駆者として取り入れればお客様は必ず評価してくれますからね。

タブチ先生 SDGsにジャパンディの要素が入っていて、ジャパンディの日本の伝統文化的な要素と北欧の要素がうまくかみ合えばビクトトレンドになるかもしれませんね。

坂田先生 ジャパンディとは、日本の素材感や色感と、スκανジナビアの北欧インテリアをミックスした日本的な北欧スタイルのことなのですが、ヨーロッパでもすごく人気があって3年前のメゾン・エ・オブジェでもジャパンディが推されてて、日本の檜風呂とか畳とか簾とかすごく注目されていました。日本にしか持っていない文化的な所が求められています。日本の伝統建材を活かす、例えば越前和紙などを使ってもらいたいですね。それがSDGsにつながると思いますね。

タブチ先生 海外から見て日本の良さを知れるということが重要だし、越前和紙とかも世界的に人気だし、そういった日本の伝統文化を絡めて考えるとニーズをつかめるんじゃないかな。

坂田先生 イギリスのウィリアムモリスも日本の絵画とか色使いに影響を受けていて、江戸時代の頃の文化とは世界的に高い評価を得ていますが、なぜかそういったものをバブルを経験した世代の経営者達がダサイとか古いとか言って排除してきてしまっている。けど、今の日本の若い人達は和室を欲しいという人が増えてきています。

タブチ先生 ジャパンディを学べる場を作ることがブランディングになっていく。作ったものを売るんじゃないで、一緒に考える場を作るというのがすごく求められるんじゃない？

坂田先生 その通りです!!

石橋 みなさんもSDGsに積極的に取り組み日本文化と欧州文化の融合に取り組んでみてはいかがでしょうか？

見て、聴いて、体感して。これからの住まいを考える2日間。

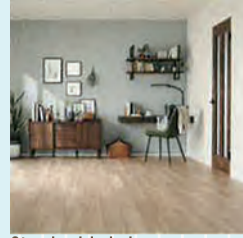
# Panasonic LIVING FAIR 2022

2022. **4.9** Sat. **10** Sun. 10:00 - 17:00

会場/福井県産業会館 1号館・2号館 (福井市下六条町103番地)  
主催:リビングフェア実行委員会 共催:パナソニック(株) 特別協賛:ケイミュー(株)

コロナ渦で開催できなかったパナソニックリビングフェアが、3年ぶりに“見て、聴いて、体感して。これからの住まいを考える2日間”というテーマのもと開催されます!

今年は、3つのLabelを備えた新ベリティスをはじめ、今人気のトリプルワイドIHやあたたかくて使いやすいリフォームバス、そして全自動おそうじトイレなど、最新設備を整えた水廻り商品を2日間で存分に体験できるイベントとなっております!また、新展開となった「ベリティスパブリック」は公共施設向け商品で、非住宅にも対応した商品となっております!当日、皆さまのご来場をお待ちしております。



Standard Label



Craft Label



Plus Label

**アロック・サンワ特別企画**  
ご招待者様限定 **わくわく抽選会** 開催!  
ご来場特典  
招待状を必ずご持参ください!お持ちでない場合は弊社営業担当まで。

## 「こどもみらい住宅支援事業」の支援は私たちにお任せください!!

子育て支援及びカーボンニュートラル実現の観点から、子育て世帯・若者夫婦世帯による、高い省エネ性能を有する新築住宅の取得や、住宅の省エネ改修等に対する支援事業がスタートしました。



### ＜ 補助対象 ＞

#### 子育て世帯・若者夫婦世帯による住宅の新築

- 1 ZEH・Nearly ZEH・ZEH Ready・ZEH Oriented** **100万円/戸**  
強化外皮基準かつ再エネを除く一次エネルギー消費量▲20%に適合するもの
  - 2 高い省エネ性能などを有する住宅** **80万円/戸**  
認定長期優良住宅、認定低炭素住宅、性能向上計画認定住宅
  - 3 省エネ基準に適合する住宅** **60万円/戸**  
断熱等級4かつ一次エネ等級4を満たす住宅
- ※対象となる住宅の延面積は50㎡以上。 ※土砂災害特別警戒区域における住宅は原則除外。

#### 住宅のリフォーム

- 必須**  
**1 住宅の省エネ改修**  
リフォーム工事内容に応じて定める額
  - 任意**  
**2 住宅の子育て対応改修、耐震改修、バリアフリー改修、空気清浄機能・換気機能付きエアコン設置工事**など **上限 30万円/戸**
- ※子育て世帯・若者夫婦世帯は、上限45万円/戸(既存住宅購入を伴う場合は60万円/戸)  
※安心R住宅の購入を伴う場合は、上限45万円/戸

### ＜ 期間 ＞

**令和3年11月26日～令和4年10月31日**

※この期間内に請負契約または売買契約を締結し事業者登録後に着工したものに限りです。



**手続きの流れ** ① 事業者登録 ▶ ② 工事着工 ▶ ③ 交付申請 ▶ ④ 補助金交付・還元

**アロック・サンワでは①事業者登録と③交付申請の代理申請手続きを条件付きで行います!!**

※交付申請の条件に関して詳しくは弊社営業担当までお問合せ下さい。

こどもみらい住宅支援事業事務局ホームページ



<https://kodomo-mirai.mlit.go.jp>

**no.1 RANKING**  
ミスタークリナップ 躍進キャンペーン  
**クリナップ 代理店販売 コンテスト 北陸地区 No.1受賞!!**

約200名の営業が参加した北陸3県のクリナップ代理店販売コンテストで弊社住設課の栗原と藤山が見事、同率でNo.1に輝きました!



住設課 係長 栗原 和弘

住設課 藤山 遥



タブチキヨシ氏 絶賛!!  
**めっちゃイケてる**

見つめ直した「素材の価値」

ソリド **KMEW SOLIDO** 外壁材

今回はケイミュー「SOLIDO」のご紹介です。

屋内外の壁のアクセントなどに自然素材の「SOLIDO」を採用してみているか?特に昨年発売のシラスはタブチキヨシ氏も絶賛の「イケてる」商品です。火山噴火による堆積物シラスは調湿効果もあり、スタイリッシュな空間を提案できます。

## アロック・サンワの社員紹介!! 保険保証課



係長/渡邊 万博  
食べ歩きが趣味です!!

小畑 知子  
Netflix鑑賞にハマっています!

補助金申請の手続き住宅あんしん保証関係の取次店業務をさせていただいております。何か分からない事がありましたらお気軽にお問合せください!

☎ 0776・54・2640