MANIX REPORT

マニックス リポート

日頃の格別なるご高配に心から感謝申し上げます。
四季を楽しむことのできるこの国で、どこか日本らしくない気候の変化を感じます。
防災、減災対策がクローズアップされる昨今、
これからの自然との共生には、今まで以上に備えることへの意識を持たなければと感じます。
お得意先様にも備えることを意識していただけたら幸いです。

株式会社MANIX
代表取締役社長
松田 幸治

多様化する住宅業界のトレンド

さて、今回は住宅に関わるこれからのトレンドについて記事にしたいと思います。これまでの記事の中で、この業界のトレンドは「環境・省エネ」であると書いてきました。もちろんその流れは今でも変わりはありません。2000年代前半、日本で「LOHAS(ロハス)」という言葉が流行したことを覚えているでしょうか。ちょうどその頃にも、環境や省エネを考えた住まいづくりがトレンドになっていました。それ以前では「バリアフリー」や「ユニバーサルデザイン」といった「安心・安全」を連想させる言葉が主流となり、住まいづくりの上でもそれらの要素が取り入れられ、また、耐震偽装問題の浮上により建物の耐震性能などを見直すという観点から「安心・安全」というキーワードが、度々クローズアップされてきました。

私の個人的な考え方としては、今後「安心・安全」をキーワードとする取り組みは、住まいの『基本要素』という位置づけとなり、「環境・省エネ」をキーワードとする取り組みの中から、新しい商品の開発や更なる技術開発などが発展していくのではないかと予測しています。もちろん「環境・省エネ」の分野においても、新しい取り組みを見出すことが容易であるとは言えませんが、そんな中でも差別化を図るために大手住宅メーカーが推進していることについて興味深い記事を見つけましたのでご紹介させていただきます。

“コラボレーション”の付加価値で差別化

「コンビニへ行けば1つや2つ見つかるように、最近はコラボレーション商品が世の中に浸透しつつある。有名料理店×コンビニのお弁当、アニメ×ファッション、キャラクター×食品……。たいていはコラボによって付加価値が加わる場合が多く、私たちにとっては歓迎したい潮流だ。それどころか今や、住宅という、物理的にも金額的にも大きな商品にさえコラボレーションの動きが広がってきた。」

【ハウスメーカーと有名インテリアブランドのコラボレーション】

トヨタホームがコラボレートしたのは、人気のインテリアブランド「Francfranc(フランフラン)」だ。東北から関西まで計18カ所にモデルハウス「TOYOTAHOME with Francfranc」が順次建設されている。ここではFrancfrancの監修のもと、同社のソファやテーブルといった家具はもちろん、ペンダントライトやファブリック類、棚に置いてある本や置物に至るまですべてコーディネートされている。(中略)また、家具類を置くだけでなく、家そのものにも手を加えたコラボレーション住宅もある。ダイワハウスでは、フレンチインテリア雑貨ショップ「キャトル・セゾン」と、北欧デンマークのインテリアブランド「BoConcept(ボーコンセプト)」とのコラボ商品を展開している。

※SUUMOジャーナルより引用

●TOYOTAHOME with Francfranc
http://www.toyotahome.co.jp/special/franc/

●BoConcept × xevo
http://www.daiwahouse.co.jp/jutaku/lifestyle/boconcept_d/index.html

●quatre saisons× xevo
http://www.daiwahouse.co.jp/jutaku/lifestyle/qsd/index.html

上記の記事はデザイン力や付加価値で差別化を図ろうという動きです。「どんなトイレを付けようか」と相談を受けても提案できる商品は数社のメーカーに限られます。競合との差別化を図るための付加価値をいかに見出すかという視点では、分野が違えども考え方の参考になると感じました。弊社としても競争社会の中でお得意先様が求める付加価値を高めていかなければならないと改めて考えさせられました。

また、上記の記事は「B to B」によって付加価値を見出そうとする考え方であり、このような動きは今後も加速するものと考えます。一つの工事を完結するために複数の職種が複雑に絡む建築業界、そして異業種からの参入が増えるこの業界において、商品ではなく事業の推進として「共生」という言葉がトレンドになり得るのではないかと考えています。地域で生きていこうとする我々は、共生という言葉をキーワードに元請、下請という枠組みを超えた真のパートナーになるという視点がこれから勝ち残るために必要なのではと考えます。

限定的な取り組みですが、弊社として「Refelica(リフェリカ)」と名付けた取り組みを行っています。まだまだ荒削りで全体での推進には至りませんが、共生という言葉に視点を置いた取り組みとして実施しています。様々な角度から検証し、いつか皆さまにご紹介できるよう研鑽していく所存です。

最後までお読みいただきありがとうございました。