

読む ビタミン



地域に根ざす工務店

・リフォーム店を元気にするビタミンです。

2020年3月号

今月のひと言

「Y-T-T」は、横に置いておいて…

今度は何がはやるのかなあ、少し先のトレンドなどを探るのに簡単な方法の一つに「Y-T-T」がありますね。

因果関係の視点とも言えますが、要は基本を今に置いて、

Y=YesterdayからT=Todayを見て、その流れに沿ってT=TOMORROW

という答えにたどり着くやり方です。

でも、これはふだんから誰もがやっている思考パターンとも言え、結果としてどうしても「モノ真似」になりやすく同質競争になり、結局価格競争に。これはモノや情報が不足気味の時代の、キャッチアップのやり方。いまは真逆の時代と環境ですよ。

そこでやり方も違ってきて当たり前。

では、どんなやり方がいいの？

まず自分としては「こんなものが欲しい」「こんなものがあったら、いいな」と思うこと。それが実際に世の中になかったら、「じゃ、俺が作ってみようか」と自作自演すること。

つまり自分の欲しい **TOMORROW**があれば、Todayがこんなに快適に、楽しく、**素敵になるんだ！**

この順で考え、やることなんでしょうね。

具体的に例えるなら、あなたがドラえもんになること。

不易流行

いつの時代も変わらないこと——「顔に出る」

野球の国際大会「プレミア12」での山崎康晃(DeNA)の投げっぷりをみて、思い出したのが、メジャーで抑えを務めていたころの上原浩治の顔だった。

140^{キロ}に達するかどうか、という直球とフォークだけで、相手を牛耳った上原。抑えられる秘密は大きな目をひんむいて投げる威圧感にある、と書いたことがある。

山崎も、打てるものなら打ってみろ、というオーラを出していた。球自体、シーズン中と変わったわけではない。ストライクをほしがったり、かわそうとしたりする気持ち

悠々 球論 権藤 博

がちよつとでもみえたら、打ベースボール・クラシック(Wたれていたかもしれない。BC)ではまだ、代表のなかしかし、今回の山崎は、打で遠慮があったらしく、自分者に対して、実にいい「向かのスイングをしきれない面がい方」をしていた。「流投手 あった。「スイング・ザ・バともなれば、誰でもそこそこの球を投げる。どこで差が に考えて、バットを強く振る

投打の要見えてきた「顔」

出るかということ、戦う気持ちだ。気持ちは顔に出る。山崎も顔で投げる上原に一步近づいた、というところだろう。

もう1人、いい顔をしているのが、4番の鈴木誠也(広島)だ。2年前のワールド・

ファウルしたときに「よし、あとボール半分甘くなれば、柵越えだ」という前向きな反応が顔に出る。投手としてこれほど不気味なことはない。反対に、調子の悪い打者は「やれやれ、三振だけは免れた」といった後ろ向きな表情が出る。見逃してもファウルをしても、自信に満ちあふれていた鈴木は代表の命運を託せる打者になった。

故障などのアクシデントがなければ、2人は来年の五輪の投打の要となる。その2人が今回の顔をみせてくれたら、日本はいい戦いができる。

(野球評論家)

TEAM会援隊の広告です。

広告宣伝が嫌いな会社さま、苦手な会社さまへ。 OB施主や近隣エリアの方々から選ばれ必要と され、結果受注に結び付くコミュニケーション ツール「定期情報誌」をご活用になりませんか？

▼DM用挨拶状付き(A4片面)

ホワイトデー、まずは「見た目」でインパクトを。

挨拶

いつもなにかとご愛顧、お引き立てをいただき、誠にありがとうございます。
今月も生活提案情報誌「物を大切にしよう新聞」の最新号(2020年3月号)が出来上がりました。
さてバレンタインのお返し。ターゲットは女性なので、やはり品選びの第一候補は女性が大好きな「チョコレート」からアプローチ。
いまはネットでいろんな商品がみられ、とにかく見た目を選んでみてはいかがですか。ポイントは「華」があること。
ひとつはまさしく「花」。

箱を開けるとスイートな薔薇がいくつも散りばめられており、

高齢者が増えている現代社会において、
フレイルに早く気づき、正しく予防することが大切。
目的は「健康寿命を延ばす」

介護予防のキーワード「フレイル」



フレイルとは、「加齢により心身が老い衰えた状態」のことで、健康から要介護へ移行する中間の段階と言われています。具体的には、加齢に伴い筋力が衰え、寝れやすくなり家に閉じこもりがちになるなど、年齢を重ねたことで生じやすい衰え全般を指しています。高齢者のフレイルは、生活の質を落とすだけでなく、さまざまな合併症も引き起こす危険があります。

フレイルを予防&改善するには

バランスよく食べ、「低栄養」を防ぎましょう。
特に高齢者の場合、やせすぎにはご注意ください。それは死亡率を高めるリスクがあるから。

たんぱく質の摂取を心がけましょう。
できれば1日1食は肉類を。お魚、卵、大豆もしっかりと。

なによりも「口腔機能」をしっかりキープ！
それには「歯周病にならない」+「噛む力を保つ」+「飲み込む力を保つ」ことから。

噛みこたえのある食品を積極的にとり、噛む力を鍛えましょう

正しいブラッシングを行い、定期的に検診を受けて歯周病を防ぎましょう

舌や頬、口周りの運動を意識して行いましょう

食べこぼし、むせ、活舌の低下などは、口腔機能の軽い衰え。これは「オーラルフレイル」の始まりです。フレイル対策の予防もこれから少しずつお知らせしていきます。*公益財団法人長寿科学振興財団HP・京都府配布物参照

▲A3 両面



サンプル
さしあげます。
お電話ください。
090-2745-7935
早川まで

この「物を大切にしよう新聞」は、約20年前、世の中でにわか「リフォーム」が騒がれた時から、会援隊が毎月発行し続けてきた定期情報誌です。[リフォーム=物を大切にすること]と定義付けし、その想いをダイレクトにタイトルとしました。売込み情報を一切排除し、常に身近な存在であることとお客様との良好なコミュニケーションを継続し続けるためのツールです。

データを配信しますので、ダウンロードしてご活用頂くのですが、PDF、イラレの他に、Excelもご用意しておりますので、自社情報掲載のカスタマイズも簡単にできます。詳細はWEBにてご確認ください。

物を大切にしよう新聞 検索

自社の想いと強みでできることはまだある。それはリノベーションや大規模リフォームだ！

リノベーション受注のアイデア

8 **VOL 3** **選**

アイデアの1 商品をつくる・前編

さて今回より大規模リフォームを受注するための具体的なアイデアをご紹介します。

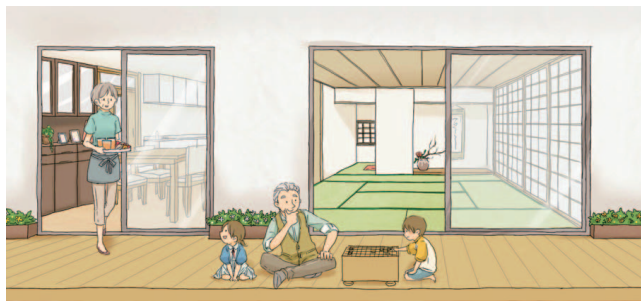
第1回目は“商品をつくる”です。

●自社の強みを活かした商品を考える

例えばですが、エクステリアの対応もできるという強みを持つ工務店やリフォーム店であれば「庭と繋がるリビング」という提案商品ができるし、マンション対応が得意であれば「生きがいを叶えるマンション」、バリアフリー・介護対応が得意であれば「ずっと元気に暮らす終の住まい」なんてできますね。もう少し、詳しくお話ししましょう。

■庭と繋がるリビング

庭、エクステリアリフォームと住まいのリフォーム、どうも分けて考えるのは作り手側の発想のような気がしてなりません。でも、リビング→ガーデンルーム(ウッドデッキ)→お庭→目隠しフェンスとプライバシーを守りながらも庭を眺めたり、使ったりは誰もが欲しがらる空間で、休日の豊かな暮らし方として提案できます。



懐かしい和の提案も、おしゃれなガーデニングもありです。競争が厳しいキッチンの交換リフォームで、100万~150万、という話しではなく、これなら300万、500万の提案になりますよね。僕としては、だからこそメーカーさんの応援を得ればワンストップで提案できると思っているのですが。

■生きがいを叶えるマンション

マンションリフォームの面白い可能性は間仕切りを無くして大空間がつけられることでしょう。しかし、その大空間でどんな暮らし方ができるのか？その提案をしているところはまだまだ少ないように思います。それはなぜか？作り手側がターゲットを設定してないからです。

若い時の趣味の絵や音楽等を目一杯楽しみたいシニア層へは、「アトリエマンション」とか「スタジオマンション」など、タイトルだけで興味を持つようなアプローチを考えてください。



つまりは、ターゲットの趣味や生きがいを叶えるための具体的な提案をすることです。

■ずっと元気に暮らす終の住まい

間違えてはいけないコトは、手摺、段差解消などのバリアフリーや介護のことやヒートショック対策のための断熱性の話しから入らないことです。ここは元気なシニア(お金を使ってくれる層)にとっては積極的に聴きたくない話しです。やはり、まだまだ元気なので生きがいを持って暮らしたい！というプラ

アイデアの1 商品をつくる・前編

ス思考を応援してあげて欲しいのです。

納戸をちょっとした趣味の部屋に、とかお茶やお花の教室ができるとか、そんな空間提案です。そのワクワク提案を先に大きく見せて、プラスして老後の安全と自立のための性能改善やバリアフリーの提案をするという流れです。



※空間提案：設計考房／田中心吾 イラスト：古味ゆい

このようにイラストで見て頂くと、僕がお伝えしたいことが何となく伝わるかと思います。こんなプラン、いろいろ考えるのも楽しくないですか？ポイントはワクワク感とターゲティング。だから、思い浮かべたターゲットが喜ぶ姿を想像し、ワクワクしながら考えてみてください。

※商品開発に興味があるけどどうやってやるのか？そんな方は一度ご相談ください。できる範囲でのアドバイスはいたしますので。

今回はココまで。次回は考えた商品のプランをどう表現するか、どんなツールにするのか、どう告知していくか？を解説いたします。どうぞお楽しみに！

工務店さんがいるところなら...

日本全国東奔西走どこへでも！

呑んで騒いで時折仕事。

よいどれ 早川大一の



渡り鳥 旅日記

大田区で東北震災の復興ボランティアをやり続けている音楽仲間の仙さん。頑固な大工でおいらの大切な仲間。今回のフェスタにも応援に駆けつけてくれた。



七十九合目 最高の誕生日だったぜい！

2月8日(土) この日はおいらの63回目の誕生日でありました。

で、横浜は地元金沢区の金沢公会堂(キャパ600名)にて「金沢 Beat Bee おやじバンドフェスタ」という音楽イベントが開催されたのです。このイベント、もともと金沢区が主催していたのですが、区にお金がなくて民間運営となり、おいらの仲間が引き継ぎました。この運営の段取りが、販促にも役立つことなので、この場を借りて少し解説したいと思います。



▲昨年建て替えられた金沢公会堂 これら落としでは地元の小田和正さんも応援に駆けつけた

1：バンド募集

まずは演者となるバンド募集のをチラシを作成します。

そのチラシを区内の地区センターやケアプラなどへ配布。

町内会への応援要請とチラシの配布。茶店や音楽スタジオなどいくつかのお店に置かせてもらう。そして、地域メディアを活用し、告知や取材の依頼。ボランティア活動のため、広告宣伝費もかけられないので、このようなゲリラ戦での募集をします。でもこのようなゲリラ戦、実は効果が高く、狭いエリアであるにも関わらず20バンドくらいの応募が来るのです。で、その中から8バンドを選出。僕ら委員会は毎年運営するだけなのですが、たまには演者にもなりたいね、ということで委員会で2バンド参加することにしました。



▲バンド募集チラシ

2：参加バンドの審査

応募された音源を委員会で聴き比べ、参加してもらうバンドを選びます。ミソは演奏が上手いバンドのみならず、一生懸命さや何か伝わるものがあるバンドも選出すること。です！

3：告知

いよいよイベントの告知です。新たにチラシをつくり、バンド募集と同じ要領で告知をします。まあ、一手間も二手間もかかるけど、お金がかからないのだから、スタッフ皆の足を使っての告知です。

4：イベント当日

運営はそれなり大変でした。満席にはならなかったものの、7割近く席は埋まりました。当日はスタッフ以外にも応援ボランティアの力も借りてなんとか無事に終了しました。がしかし、いつもいくつかの課題が残ります。

販促にも役立つ、と書きましたが、ここでお伝えしたいポイントは2つ。

- 1 / 地域を巻き込み、地域メディアを使うと告知効果が高い
- 2 / PDCA を回し続け改善すると成果とノウハウがついてくる



▲告知チラシ



最後に。当日の審査は、元劇団四季のミュージカル女優さんをお願いしたのですが、なんと僕らのバンドが優勝しちゃいました。エヘン！おかげさまで最高の誕生日となりました！