

# 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。

## 2022年1月号

### 今月のひと言

### 大谷翔平選手に学ぶ「成功への道」

大谷選手の活躍ぶりを振り返って、どうして?なぜ?

その疑問をいっぺんに解決するのが、この9マス「マンダラチャート」なんですね。そのスタートは高校時代。

梅檀 せんだん は 双葉 ふたば より 芳 かんばし(白檀 びやくだん は発芽のころから香気を放つ。大成する人は幼少のときからすぐれているというたとえ)ですね。

#### 大谷翔平が花巻東高校 1年時に立てた目標達成表

体のケア	サプリメントをのむ	FSQ 90kg	インステップ改善	体幹強化	軸をぶらさない	角度をつける	上からボールをたく	リストの強化
柔軟性	体づくり	RSQ 130kg	リリースポイントの安定	コントロール	不安をなくす	力まない	キレ	下半身主導
スタミナ	可動域	食事 夜7杯 朝3杯	下肢の強化	体を開かない	メンタルコントロールをする	ボールを前でリリース	回転数アップ	可動域
はっきりとした目標、目的をもつ	一喜一憂しない	頭は冷静に心は熱く	体づくり	コントロール	キレ	軸でまわる	下肢の強化	体重増加
ピンチに強い	メンタル	雰囲気を読めない	メンタル	ドラ1 8球団	スピード 160km/h	体幹強化	スピード 160km/h	肩周りの強化
波をつくらない	勝利への執念	仲間を思いやる心	人間性	運	変化球	可動域	ライナーキャッチボール	ピッチングを増やす
感性	愛される人間	計画性	あいさつ	ゴミ拾い	部屋そうじ	カウントボールを増やす	フォーク完成	スライダのキレ
思いやり	人間性	感謝	道具を大切に使う	運	審判さんへの態度	遅く落差のあるカーブ	変化球	左打者への決め球
礼儀	信頼される人間	継続力	プラス思考	応援される人間になる	本を読む	ストレートと同じフォームで投げる	ストライクからボールに投げるコントロール	奥行きをイメージ

中央に当時の彼の高校3年間の最大目標として、「ドラ1、8球団」と書かれています。すなわち、「高校3年生の秋のプロ野球ドラフト会議で、8球団以上からドラフト1位指名される」という目標を立てて、達成に向けてその周りの8つの事柄について、さらにそれぞれ8つの目標をもって取り組むことを意味しています。

この9×9の81マスで構成される目標達成シートが、「マンダラチャート(マンダラート)」とも呼ばれるフレームワークです。

詳しくはネットでね。

# ネット記事より

## 今年のトレンドは「心地よい暮らし」ステイホーム長期化影響

ルームクリップは自社のインテリア写真共有サービス「RoomClip(ルームクリップ)」のデータを分析し、その年の住まいと暮らしのトレンドを選出する「RoomClip Award 2021」を発表した。

キーワードランキング1位は「心地よい暮らし」が輝いた。2021年は、少し手間をかけて日常を充実させる方向へ進んでいる点が特徴的とし、「心地よい暮らし」のタグがついた投稿の水準は前年から2.4倍に増加。5月に実施した投稿イベント「心地よい暮らしのための工夫」では初開催ながら1200枚超の投稿が集まった。



撮影  mayuringo さん

### 心地よい暮らし

2019年以降、「時短掃除」や「調理家電」など「どう暮らしの負担を減らすか」の活動が積極的に行われてきました。ところが、2021年は、少し手間をかけて日常を充実させる方向へと進みました。それが「心地よい暮らし」と呼ばれる暮らしのスタイルです。

昨年1位に輝いた「おうち〇〇」が非日常だとすると、今年は「日常をどう快適に過ごすか」が最大のテーマでした。5月に実施した投稿イベント「心地よい暮らしのための工夫」では初開催ながら1200枚超の投稿が集まり、ユーザーのみなさまの関心の高さを実感しました。

一言に「心地よい暮らし」と言ってもその取り組みかたは様々です。すっきりとした片付けのしやすい部屋に整えること、照明を工夫して落ち着ける空間にするのも1つの方法です。また、音楽や香りなどの五感を満たすアイテムを活用して心地よさを実現した方もいらっしゃいました。「心地よい暮らし」は、1人1人の感じ方や情緒が大事にされるスタイルです。ユーザーのみなさまが自分の思う心地良さを追求している姿に感嘆しました！

心地よい暮らし

記者会見に出席した同社執行役員CBOの川本太郎さんは「以前からそれなりに投稿されていたものが、今年は跳ねた。その理由の1つは新型コロナウイルスによりステイホームが長期化していることがあると思う。去年は取り急ぎ、家の中の暮らしが増えたから、なんとかアクティビティをして家の中でいかに楽しく過ごすというのが見られましたけど、今年は一歩進んで心地よく暮らすという方にユーザーの気分が移って行ったと思う」と分析した。

2位は「花・植物のある暮らし」。昨年よりも倍以上投稿され、近年の傾向では、ドウダンツツジやパンパスグラス、ミモザといった、花瓶に挿すだけでお部屋の雰囲気が変わる大ぶりの枝物の投稿が増えているという。川本さんは「これも心地よい暮らしと同じ傾向なんだと思います」と投稿が増えた理由を解説した。

3位は「暮らしの快適家電」。ステイホームが長引いたこともあり、今年は便利家電の存在感がいつそう高まった1年と分析。新機能が追加されたロボット掃除機や、使い手に合わせてレシピを提案する自動調理鍋といった生活家電、プロジェクターやBluetoothスピーカーなど日常にプラスαをもたらす家電の投稿が目立った。川本さんは「家の中でコンテンツを楽しむために改めて家電を入れたというユーザーさんが増えている」と話した。

以降、4位「韓国インテリア風プチプラ雑貨」、5位「季節を楽しむ」、6位「技あり100均」、7位「“自分映え”な一人暮らし」、8位「お部屋を彩る香りアイテム」、9位「壁付けディスプレイ」、10位「庭・ベランダのリビング化」と続いた。

2021年は、昨年からのコロナの影響によるステイホーム長期化の流れを受け、より快適さにこだわった家電を購入したり、庭やベランダのアイテムをグレードアップしてより過ごしやすく「リビング化」したりするなど、住まいにこだわるユーザーを中心に「家の中でのニューノーマルの定着と発展」が大きく進んだ一年だったと総評した。

# 選ばれるリフォーム店になるために デジタル活用販促講座

アマゾンや楽天などのECサイト、そしてWEBにSNSと  
スマホ一つで情報がなんでも取れるし、スマホ一つで  
ほとんどの物が手に入る時代になった。  
この時流にリフォーム店がどう乗っていけばいいのか？  
その提言をシリーズで解説させていただきます。

## デジタル化がマーケティングに与えたコト・その2

文明が発達する時、いつの時代でも功罪が付いて回ります。急速な社会のデジタル化もやはり色々な功罪があるようです。

- 品数より本質重視
- 本当の豊かさを感じたいという心
- コロナ渦が拍車をかけたリモートワーク、学習の加速
- デジタルへの依存増（中毒化）
- ライフスタイル、家族のあり方の再構築
- デジタル活用、できる人とできない人のギャップ
- 自己中 vs 利他（中傷誹謗と応援）
- TVよりYouTube
- EC化率の増加（BtoC-ECで8.08% / 前年比1.32ポイント増、BtoB-ECで33.5% / 前年比2.8%増）
- スマホ80%以上の普及率

功罪はあるものの  
もはやEC、スマホという消費環境を無視して  
マーケティングは語れない時代になった！



さてこのような状況の中で、どうデジタル化に対応して行くのか？  
前回の解説を受け、今回はターゲティングについてお話しします。

## 第3回 デジタル化時代のターゲティング

ここで御社のターゲットをイメージしてください。ターゲットの方々はデジタル環境の中でデジタルを活用しておられますか？

OB客の場合、後期高齢者の方も多いと思います。そして後期高齢者の世代の方はリフォームを積極的に行いませんから、デジタル環境の話以前に主たるターゲットから外れると思います。

そこで押させておきたいのが、その息子夫婦である50代、60代。さらに言えばまたその息子世代の30代、40代。

この2つの世代がこれからのリフォームボリュームゾーンと言えるでしょう。

## EC サイトとスマホの進化の中で育ったターゲット

以下の表は日本での代表的なスマホやECの進化とそれに沿ってターゲットのデジタル環境を年表にしたものです。

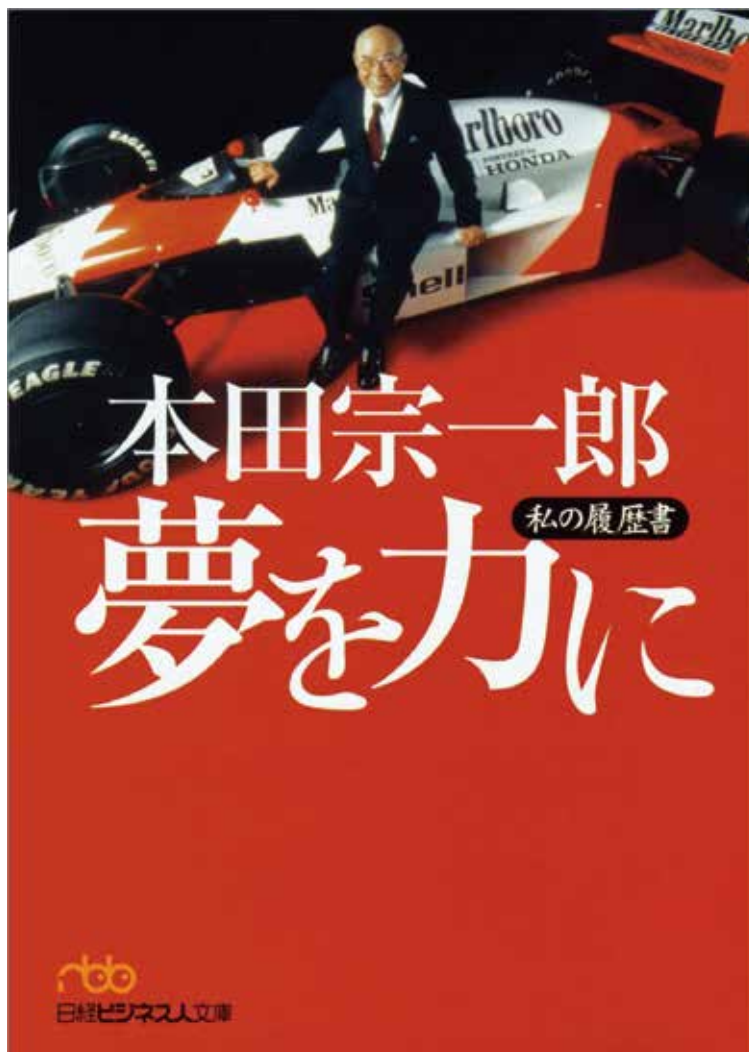
1985 国内初、携帯電話のレンタル開始	1990~	子育て世代	シニア世代
1987 IDO、関西セルラーなどが設立		0歳	30歳
1991			
1992 NTT ドコモ、誕生	2000~	御社のこれからの ターゲットは何歳？	
1996 着メロブーム			
1997 J-PHON、誕生／ドコモメールサービス開始			
1999 Yahoo! ショッピング、楽天 EC サービス開始			
2000 AmazonEC サービス開始			
2001 日本通信、MVNO 事業に参入		10歳	40歳
2003 動画を送信できるサービスが開始		子供の時からスマホ、 ECがあり、生活の 一部として青春時代 を過ごしている。	働き盛り。 仕事の中でも EC、スマホは 欠かせない。
2004 ドコモが災害伝言板、お財布携帯のサービス開始			
2006 ソフトバンクモバイル発足	2010~		
2007 Apple が初代 iPhone 発表			
2008 ソフトバンクが日本で iPhone 発売			
2009 ドコモが Android 搭載スマホ発売			
2011 auが iPhone 発売／LINEリリース		20歳	50歳
2013 Apple が iPhone5S/5C を発表	2020~		
2014 VoLET サービス開始			
2021 Apple が iPhone13 を発表		30歳	60歳

お分かり頂けたでしょうか？子世代、孫世代ともECとスマホを活用している世代であることが。  
まさにターゲットの消費環境が変わってしまったのです。  
御社のリフォーム、それがターゲットの住まいの悩みを解消し夢を形にするのであれば、デジタルを取り込みその価値を伝える必要があるのです。

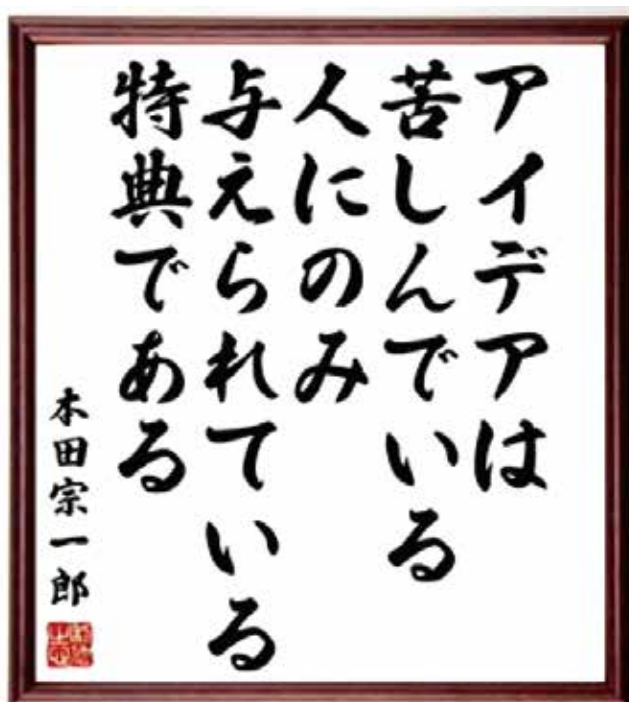


その他、ご質問やご意見がある方は、私早川までご一報ください。  
携 帯：090-2745-7935  
M a i l：d2.hayakawa@kai-en-tai.com

エンジンは去ってEVへ。  
エンジンで社会と人を幸せにした本田宗一郎。  
その名言の中にはEV時代にも通じるものが、たくさん!



写真はアマゾンサイトより



写真はヤフーショッピングより

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。

早川大二の  
よいどれ



# 渡り 旅日記



## 百合目 海に囲まれ、遊び、学び、働く。

販促のお手伝いでもう長いことお手伝いさせていただいている新潟は長岡の山六木材さん。与那国島の化石サンゴと無垢の木にこだわった素敵な家を建てている工務店です。

代表の小林社長とは、訪問する度にいつも新潟の上手い酒をいただきながら楽しくお付き合いさせていただいています。

その小林社長が今年超面白いことをはじめました。おいら、そのパンフレットを作らせていただいたのですが、めちゃわくわくしています。以下、それを少しだけご紹介しちゃいます。



### 富岡市旧臨海学校再生プロジェクトFAF出雲崎

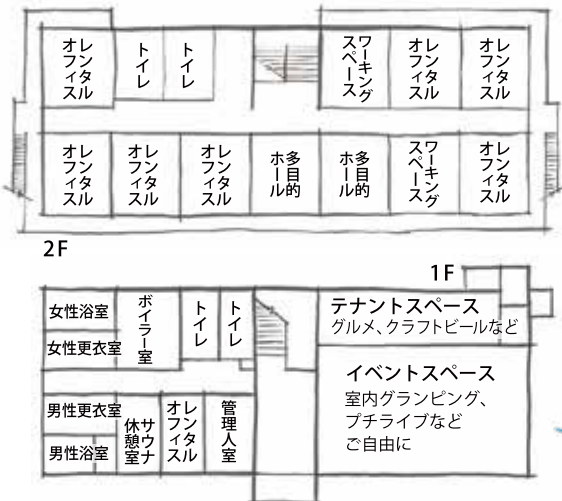


▲チャペル(上)・サウナ(左)・焚き火台(右)

築40年、群馬県富岡市旧臨海学校が自然とふれあう、新しい時代の“人間らしい生き方”を体感する場として甦ります。

ブライダル、キャンプ、クラフトビール、アースバックサウナ、英会話教室、そしてリゾートオフィスなど“**自然の中で自分らしく豊かに過ごす**”をコンセプトに、リーズナブルに、誰もが、いつでも、気軽に利用できる、サブスクリプション型の総合施設として展開してまいります。

大企業が展開する豪華なリゾート施設とは一線を画し、大学生、外国籍の方、建築家、起業家、地元の人々が共有する夢に向かい、協力し合いながら手作り感満載で準備を進めています。



現在テナントやオフィスの利用者を募集中とのこと。ご興味のある方はインスタにて内容をご確認ください。



<https://www.instagram.com/p/CSYLQOSBbN/>