

NIIGATA ECOHOUSE
Seminar 2024

新潟市エコハウスセミナー

エコハウスだけを

生活者に届く伝え方を考える。

伝えちゃダメ！
性能ゴリ押しトーク
していませんか？

株式会社オリズム
代表取締役 錦織 修

1970年生まれ、新潟県出身。大学卒業後、中京地区の戸建て分譲事業の営業に携わり、サラリーマンに入社。品質保証課、F/C本部営業に携わり、F/C加盟店150社のワンストップ構築。その後、同社取締役兼営業に就任。F/C営業や工務店様との事業交流を促すべく、幅広い事業に専念。2017年に独立後、株式会社オリズムを設立。現在では全国に展開している「ランディング」を軸に、賃貸・分譲・リフォーム・建築・設計など、多岐にわたる分野で活動中。現在は、エコハウス500社を支援中。

【開催日】 2024 12月10日(火) 【時間】 13:30-15:30
【会場】 新潟市産業振興センター [2F 中会議室]
【対象】 新潟市で住宅の施工実績のある事業者 **リアル会場40名**

お申込みはこちら



主催：新潟市 建築・新潟市エコハウス推進チーム
【お問い合わせ】 新潟市産業振興センター TEL: 025-226-3355 mail: kasei@city.niigata.jp

NIIGATA ECOHOUSE SEMINAR



オリズム公式LINE▶

錦織修
株式会社オリズム
代表取締役

2級建築士
2級建築施工管理技士
BIS認定登録者
宅建士
2級FP技能士
ブランドマネージャー1級
ブランドマネージャースタンダードトレーナー
ブランドマネージャーコンサルタント
木造耐震診断資格者
ブロック塀耐震診断資格者
ドローン操縦技能者





オリズム公式LINE▶



略歴

- ・ ポラスグループ 中央住宅 戸建て分譲事業部
- ・ サラサホーム直営店 営業・店長
- ・ サラサホーム・TDホーム・インデュアホーム FC本部
 - ・ 取締役事業部責任者
 - ・ 商品開発
 - ・ マーケティング
 - ・ 営業改善
 - ・ 粗利向上
 - ・ 研修企画、講師
 - ・ 新規店舗立ち上げ

2019年オリズム設立

マーベックス社の温熱研究や全館空調に関わる
サポート工務店社数 延べ500社以上



MAG isover × Joto

～前先生が伝えたい、エコな家づくり～ 住まいが備えておきたい 5つの力とは？



ファレンス
ve

18日(木)

※12時30分開場



東京大学大学院
工学系研究科 建築学専攻
准教授 前真之



株式会社オリズム
代表取締役
錦織修

全館空調設計 温熱設計

延べ5000人超が受けたセミナー



講師料
無料

工務店のための

空調戦略講座

いますぐ無料で試せる



講師
(株) オリズム
代表取締役 錦織修

Q.標準的な断熱仕様は？

① 等級4

② 等級5

③ 等級6

④ 等級7



Q.標準的な耐震性能は？

① 等級1

② 等級2

③ 等級3



**今日は、私たちが
消費者として当たり前
にしていることをお伝えします。**

当たり前の話をします。



今日お話しすること

「お客様に伝える」

- 性能
- かつこいい家
- 断熱向上だけでは足りない
- 全館空調は万能？

今日お話しすること

「お客様に伝える」

- 性能

Q
契約までに何回会いますか？



おおよそ4～8回

1. 初回（展示場）
2. 資金計画
3. ヒアリング
4. プラン提案
5. プラン変更
6. 価格提示
7. 契約



初回
お客様は何をしに来ている？

家の性能を
知るために来ているの？



この会社（人）なら
性能は
大丈夫そう（感情）

理解する ×
感じてもらう ○





オガスタ新潟 相模社長の「家づくりの知識」

@minorusagami · チャンネル登録者数 2.55万人 · 160 本の動画

オーガニックスタジオ新潟、通称「オガスタ新潟」の...さらに表示

organic-studio.jp、他 5 件のリンク

登録済み ▼

ホーム 動画 ショート ライブ 再生リスト コミュニティ 🔍

おすすめ



vol.130 【注文住宅】ハウスメーカーor工務店どっちがいい?

1.9万 回視聴 · 5 か月前



vol.128 クオホーム本田さんに聞く 工務店の情報収集方法 | YouTube | ブログ | メルマガ

4687 回視聴 · 6 か月前



vol.120 リヴァース大橋さんに聞く「パッシブデザイン」の5つの設計手法

7837 回視聴 · 9 か月前



vol.121 地震保険調査士 福本さんの「陰の裏話」

7049 回視聴 · 9 か月前

性能の話を細かくしなくても、

「大丈夫、お任せください」

で事足りる

初回商談の後、

「お客様にどんな気持ちに
なってもらいたいのか」

を考えて流れを作る。

性能の話を話したいからする。は自己満足

今や当たり前前の性能の話を
1時間使ったらヤバくない？

1. 初回（展示場）
2. 資金計画
3. ヒアリング
4. プラン提案
5. プラン変更
6. 価格提示
7. 契約



寿司の世界って本当に奥が深いんですよ。例えば、シャリの温度管理。これが実は超重要なんです。握った時の温度が体温より少し低い36〜37度くらいが理想なんですよ。

これより高いと酢が蒸発しちゃうし、低すぎると旨味が引き出せない。それから、ネタの扱い方。マグロなんかは、筋を切らないと歯ごたえが悪くなる。でも切りすぎると身が崩れる。この匙加減が難しいんです。アボカドは滑りやすいから、握る時に特別な技が必要になる。

海苔の扱いも繊細なもんです。切りたての海苔は香りが全然違う。でも、切ってから時間が経つと湿気てしまう。タイミングが命なんです。

それに、お客さんごとに握り方を変えないといけない。口の大きさ、好みの硬さ、全部考慮しないと。一貫一貫が勝負なんです。

こういう細かいところまで気を配るのが、本当の寿司職人の仕事なんですよ。見た目は簡単そうに見えても、その裏には何年もの修行と経験が詰まってるんです。



大切な知識だから お客様にお伝えしたい

1. 初回（展示場）
2. 資金計画
3. **家づくり勉強会**
4. ヒアリング
5. プラン提案
6. プラン変更
7. 価格提示
8. 契約



大切な知識だから お客様にお伝えしたい



家づくりで知っておきたい10のこと

 YouTube



 YouTube



 YouTube



 YouTube



 YouTube



 YouTube



 YouTube



 YouTube



 YouTube



 YouTube



今日お話しすること

「お客様に伝える」

- かつこいい家

それって誰が決めるの？



おしゃれな
デザインハウス完成(^^♪



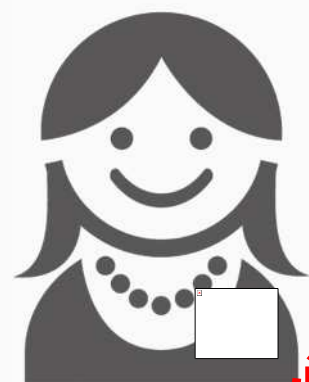
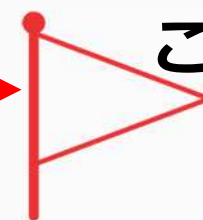
違和感ありますか？



心象 =
 ブランド・イメージ ブランディング ブランド・アイデンティティ
 こう思う icoalにする（一致させる） こう思われたい



icoalにする（一致させる）



消費者

心の中

反応

刺激

- ・ブランド体験
- ・ブランド要素



企業

刺激設計時の
キーワード

一貫性
 意図的
 継続性

NIGHT 2024



iF DESIGN AWARD
NIGHT 2024



iF DESIGN AWARD
NIGHT 2024

DESIGN AWARD
NIGHT 2024



GN AWARD
HT 2024



桐生建設 iF DESIGN AWARD 授賞記念セミナー
デザインの入口、そして明るい未来へ

前の方からお待ちしております

桐生建設 代表取締役
iF DESIGN AWARD 2024
授賞記念セミナー



デザインの入口、そして明るい未来へ

2024年11月26日（水）19:00〜20:00（予定）

会場：東京・有明コロシアム





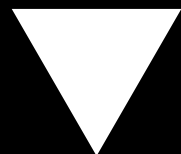
K. DESIGN HOUSE

PRODUCED BY KIRYU KENSETSU



original collar
KIRYU GRAY

新たな顧客を開拓
アッパー層に変えたい



ペルソナを設定



夫: 鈴木健一
38歳



勤務先

IT企業「テックインク」のプロジェクトマネージャー
東京に本社を置く中堅IT企業。主にソフトウェア開発とITコンサルティングを行い、最新技術を活用したソリューションを提供。健一はプロジェクトマネージャーとしてチームを率いている。

最寄り駅

東京駅。大宮駅から東京駅までの通勤時間は約30分

趣味

ゴルフ、DIY、サイクリング

普段着と好きなブランド

平日はスーツ（ビジネスブランド: ユナイテッドアローズ）
休日はカジュアルなポロシャツとジーンズ（ブランド: ユニクロ）

情報収集方法

インターネットの住宅情報サイト、専門雑誌、友人や同僚からの口コミ

年収

合計1600万円（健一900万円、美佳700万円）

親からの援助

1000万円

頭金

1700万円

物件価格

1億4000万円

住宅ローン

1億1300万円 0.419% 35年
29.2万円/月 返済負担率 21.9%

妻: 美佳

36歳

勤務先

マーケティングエージェンシー「クリエイトワークス」のディレクター
都内にオフィスを構えるマーケティングエージェンシー。クライアント企業のブランディングや広告キャンペーンを手掛ける。美佳はディレクターとして、複数のプロジェクトを統括している。

最寄り駅

表参道駅。大宮駅から表参道駅までの通勤時間は約45分

趣味

ヨガ、ガーデニング、料理

普段着と好きなブランド

平日はビジネスカジュアル（ブランド: ZARA）

休日はエレガントなワンピースやカジュアルなブラウスとスカート（ブランド: ユニクロ）

情報収集方法

SNS（InstagramやPinterest）、住宅展示場、ライフスタイル系ブログや雑誌

蒼太 男 8歳

Tシャツとショートパンツ（ブランド: ミキハウス）

結衣 女 5歳

カラフルなワンピースやTシャツとレギンス（ブランド: アニエスベー）

現在の居住地

埼玉県さいたま市大宮区 3LDKの賃貸マンション 家賃19万円 駅徒歩8分

両親の居住エリア

健一の両親: 東京都練馬区

美佳の両親: 千葉県船橋市

家族の車

トヨタハリアー

教育方針

自主性を重んじつつ、しっかりとした学問の基礎を築く。バランスの取れた教育を重視し、スポーツや芸術活動にも積極的に参加させる。

学校選び

公立小学校で基礎学力をしっかりと身に付けさせた後、中学受験を視野に入れた塾通い。

習い事

ピアノ、水泳、サッカー、英会話など、子供たちの興味を引き出す多様な活動をサポート。

平日の生活パターン

6:00: 健一と美佳が起床、身支度開始
6:30: 蒼太と結衣を起こし、朝食準備
7:00: 家族で朝食
7:30: 健一が蒼太が学校に行く
7:45: 美佳と健一が家を出る
9:00: 健一と美佳がそれぞれ仕事開始
12:00: 昼食（オフィス付近のカフェやレストランで）
13:00: 午後の業務開始
17:30: 美佳が退社、電車で大宮駅へ戻る
18:00: 健一が退社、電車で大宮駅へ戻る
18:30: 美佳が蒼太と結衣を習い事の送迎
19:00: 健一が帰宅、夕食準備を手伝う
19:30: 美佳と子供たちが帰宅、家族で夕食
20:30: 蒼太と結衣の宿題や読書、健一も読書、美佳は家事
21:00: 蒼太と結衣就寝準備
21:30: 蒼太と結衣就寝
22:00: 健一と美佳がリラックス（テレビ鑑賞や読書）
23:00: 健一と美佳が就寝

休日の生活パターン

7:00: 健一と美佳が起床、軽い朝の運動
8:00: 蒼太と結衣が起床、家族で朝食
9:00: 家族で公園やショッピングモールへお出かけ
12:00: 外出先で昼食
13:00: 蒼太と結衣の習い事、美佳が送迎
15:00: 健一と美佳が家事やDIY活動、蒼太と結衣は遊び
17:00: 家族で夕食準備、美佳が主導
18:00: 家族で夕食
19:00: 映画鑑賞やゲームなど家族で過ごす時間
21:00: 蒼太と結衣就寝準備、家族での読書タイム
22:00: 蒼太と結衣就寝
22:30: 健一と美佳がリラックスタイム、次週の計画
23:30: 健一と美佳が就寝

家づくりに対する実はこれが理想（家族のことを考えず、自分一人で過ごすなら）

健一

広いガレージ付きのモダンな一戸建てを希望。DIYや趣味のサイクリングを楽しむスペースが欲しい。

美佳

モダンなデザインのマンションを希望。便利な立地にあり、ガーデニングや料理教室ができる共用施設が充実していると嬉しい。

このご主人（奥様）が**どう思うか？**
で判断する

ペルソナがあると

ペルソナ

ペルソナは
Aが好きだ
と思う
なぜなら…

ペルソナは
Bが好きだ
と思う
なぜなら…

ペルソナが無いと

私はAが好き

私はBが好き

お客様の価値観で無く、個人の価値観になる

ターゲットングではこの会話にならない

**私たちはお客様へ
刺激を作っている**
その刺激をペルソナは
どう感じる？

レイビトンの財布



**プレゼントして
喜ばせたい！**





一緒に買いに行こう

どっちが喜ぶ？



ドン.キョーテ



Q.事務所はどちらを選択しますか？

- ① 家がちゃん提供出来たらどうでもいい
- ② オシャレでかっこよく無ければならない



お客様は
家づくりのプロセスも
楽しみたい

錦織工務店

事務所にはお金をかけません。
私も現場で作業してます。



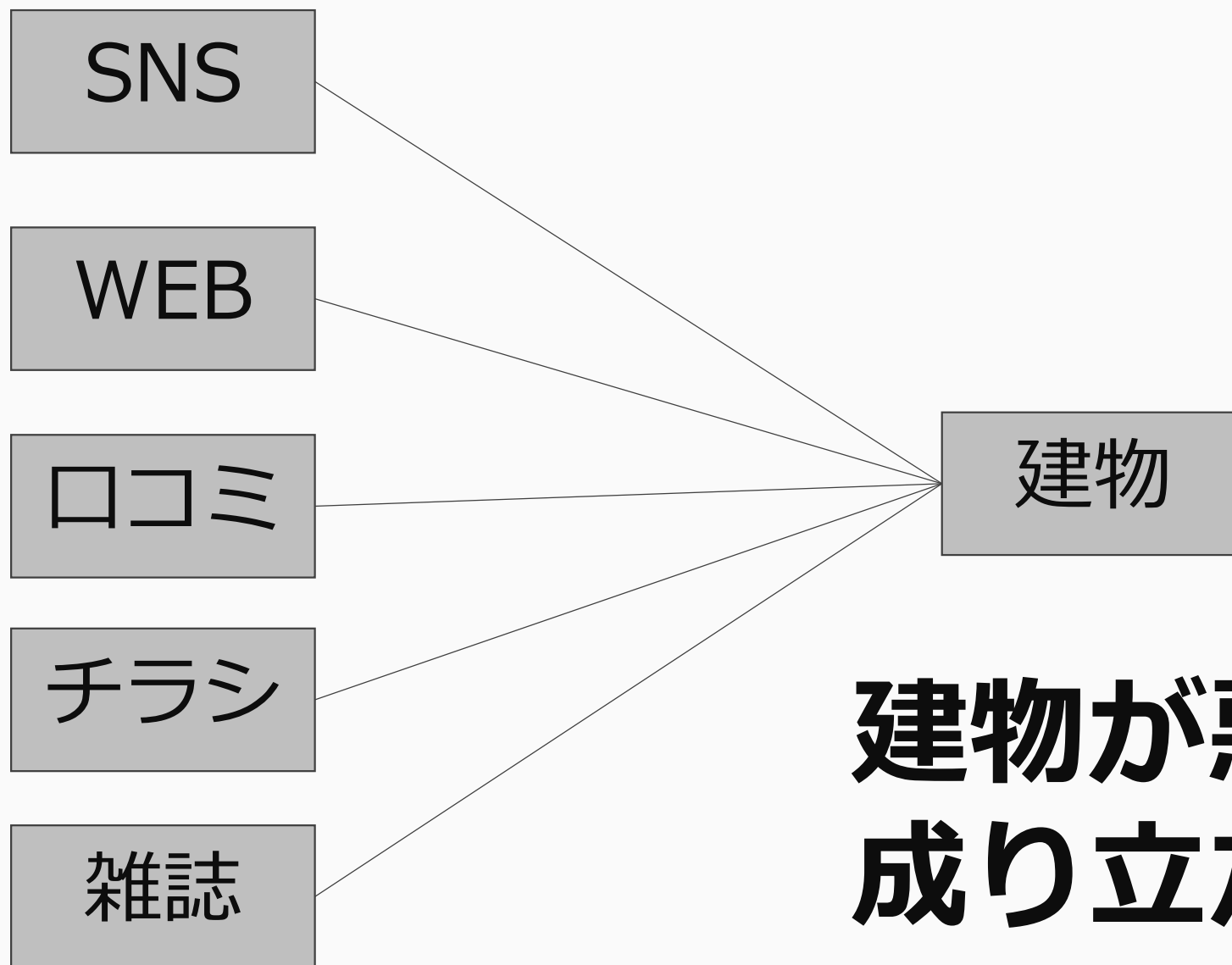
アッパー層の
お客様の体験
どうデザインする？

- ホームページ
- SNS
- ロゴ
- 会社の想い、ストーリー
- 設計力（ヒアリング力）
- プレゼン力
- デザイン性
- スタッフのファッション
- 事務所デザイン
- 接遇
- 建物
- 現場管理
- 建物以外の提案
インテリア・外構・照明など

今はできないかも。

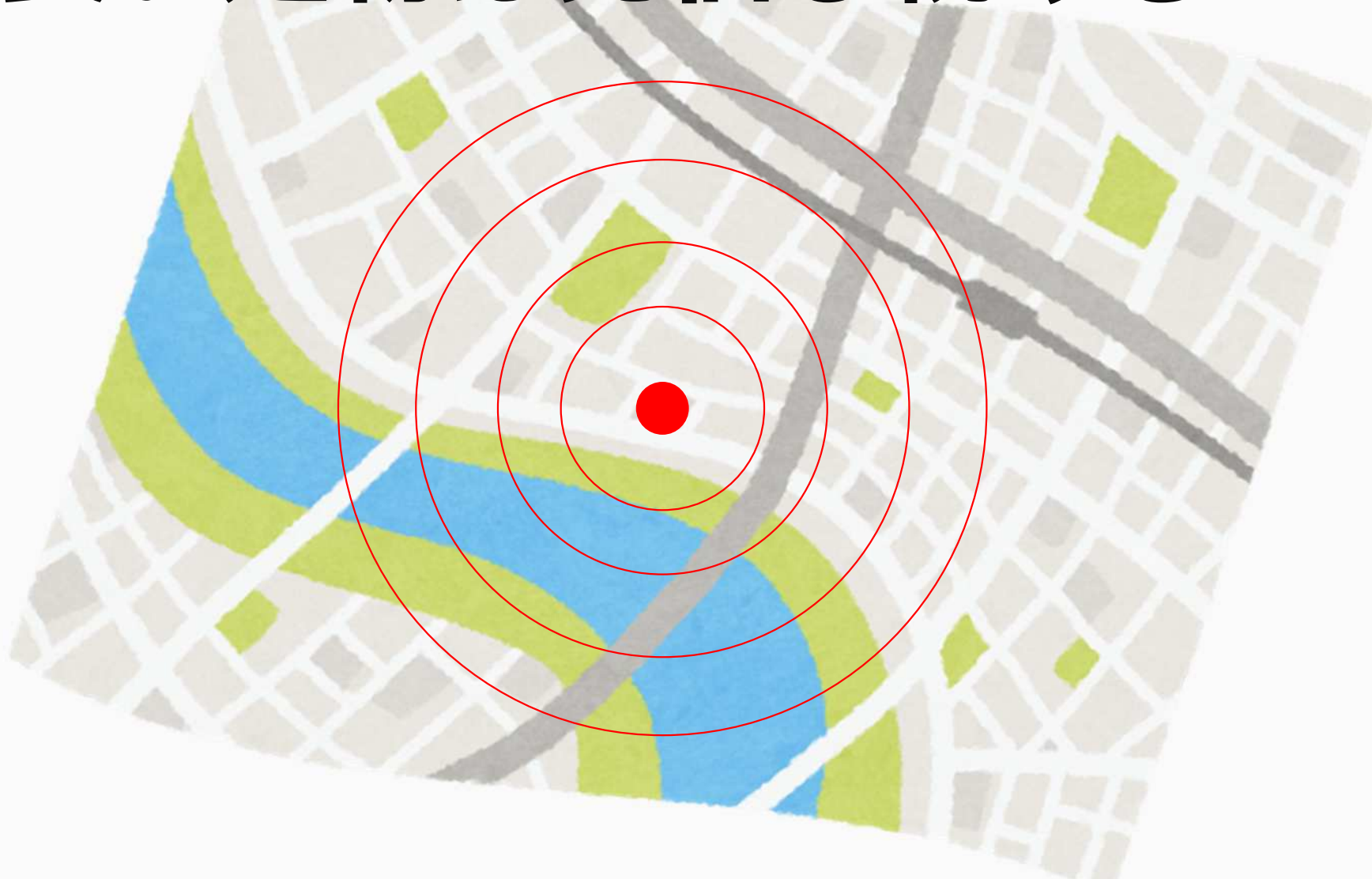
5年後どうありたいか
で今の一步を決める

**住宅業界において
重要コンテンツは建物**



**建物が悪ければ
成り立たない**

良い建物は発信し続ける





アッパー層に
響く建物を
提供できる様にする

注
今の顧客ではなく
今後ターゲットにしたい顧客

建物を変えれば
低リスクでブランド向上が早い

デザイン性の高い
建物をまず 1 棟建てる

自社で難しくければ
仲間と協力

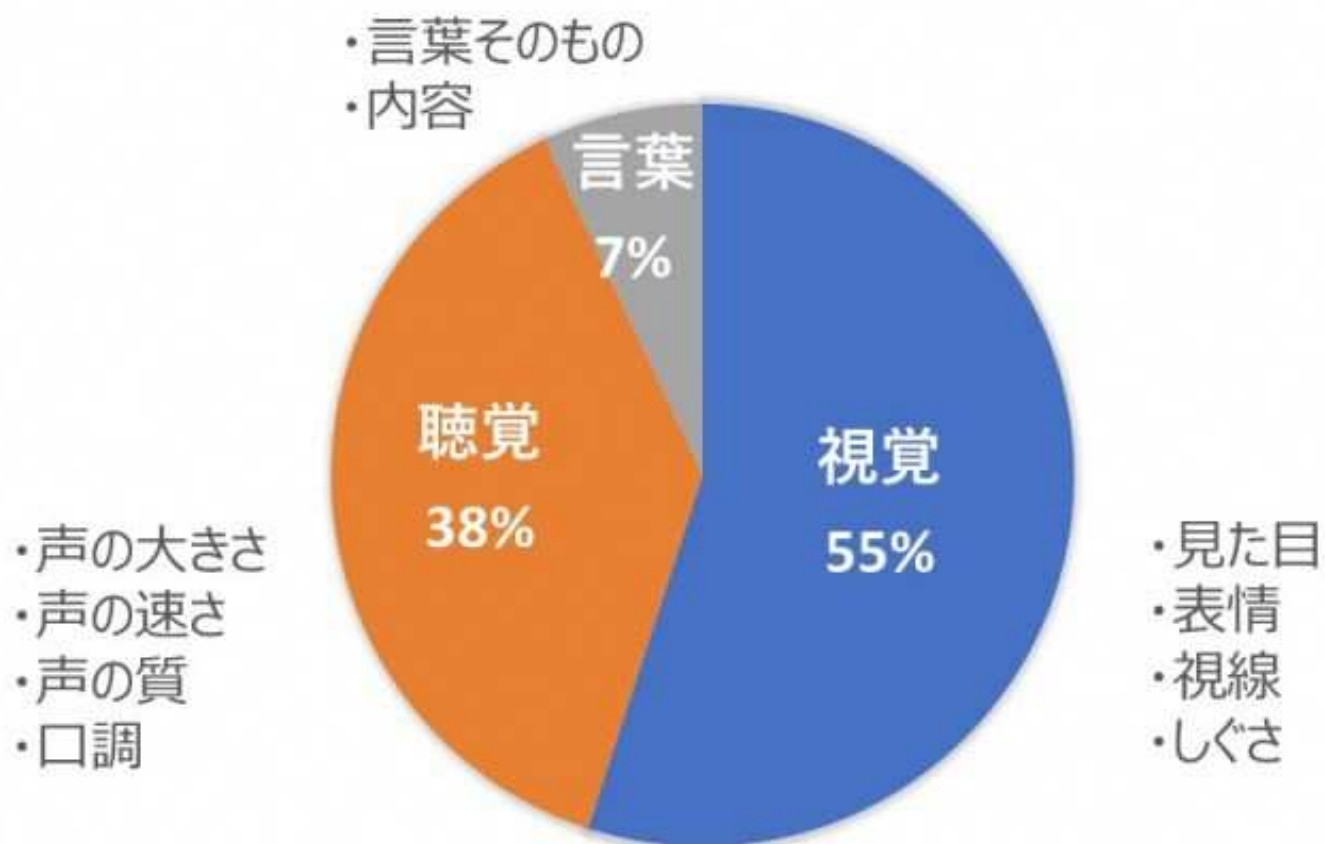
建築中から
どこが建てているのか
と話題になり
口コミ、集客が増えた



建築家が初期接客から
クロージングまで行う

成功報酬型
建築家受注サービス

メラビアンの法則





まずは
フリ
をする

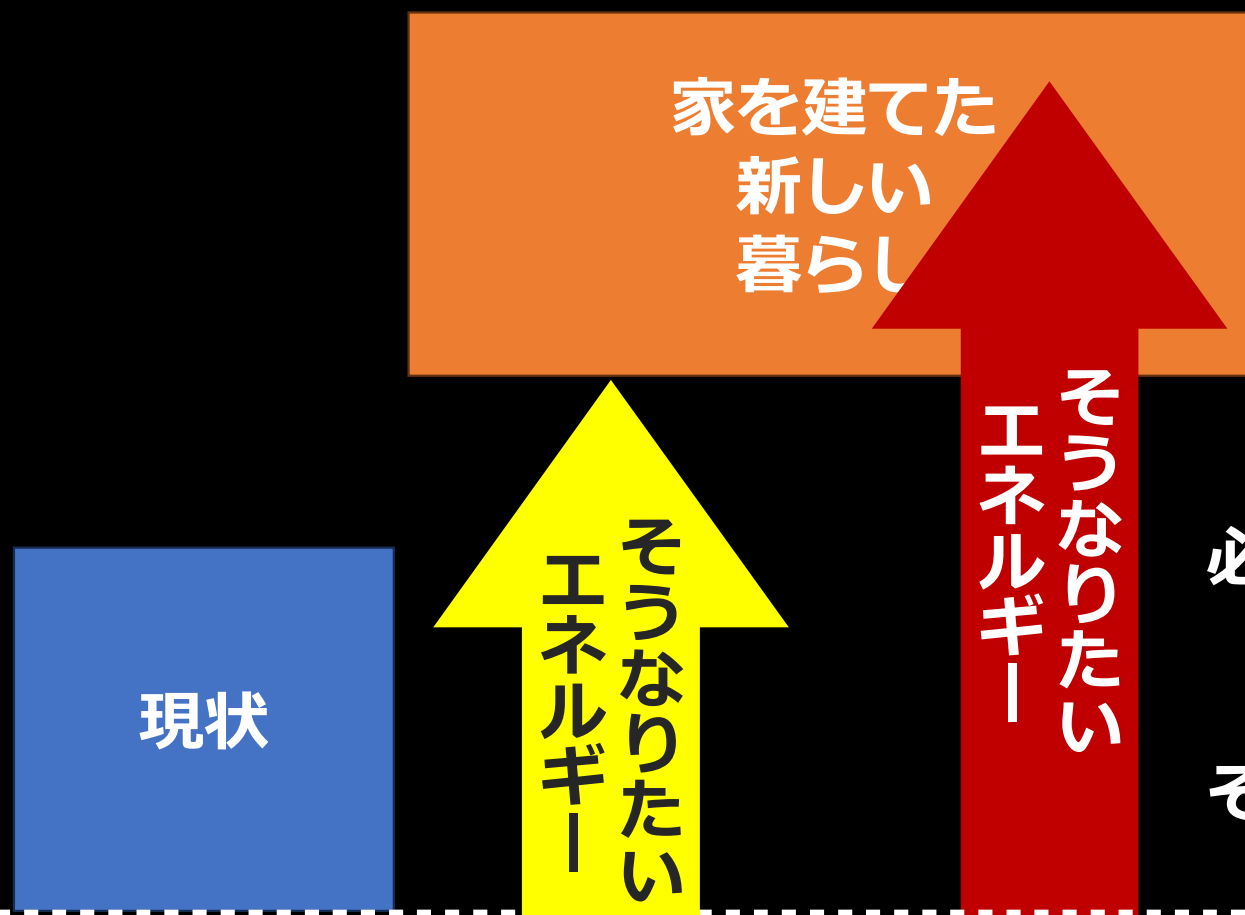


何でもできますより、
〇〇は致しませんが響く

- 窯業系サイディングは使いません
- メーカー建具は使いません
- クロスは使いません
- 太陽光付けますとかは響かない

何をするかでなく、
何をしないのかを決めて
伝える

モノを買うこと の原理原則



価格が高くなった
必要なエネルギー量が増

どうやって
そのエネルギーを作る？

(高くても) 強烈に欲しいが先



次に見えるかどうか

価格が高いと売れない

≡

この程度で我慢して

今日お話しすること

「お客様に伝える」

- 断熱向上だけでは足りない

断熱だけ向上させても
提供価値はそれほど上がらない

实例紹介

1. エアコンは1棟2台でOK
2. 間仕切り無い方が冷暖気回る

Q. 家でテレビ見ていますか？



朝・夜のテレビ視聴の減少

- ・国民全体で、1日にテレビを見る人が減少し、79%に
- ・年層別には、50代以下で減少、特に20代以下で20ポイント前後と減少幅が大きい
- ・16～19歳では、1日にテレビを見る人が5割を下回った



青字：統計的に有意に減少

家族の プライバシーどこにある？



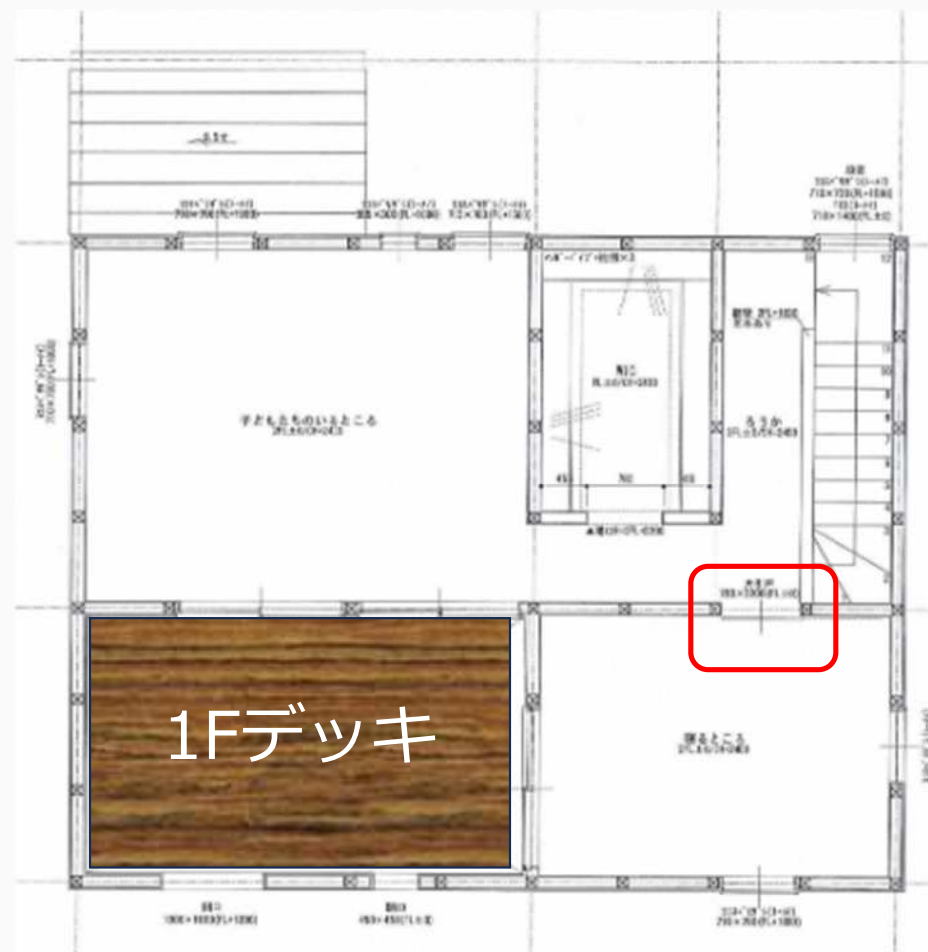
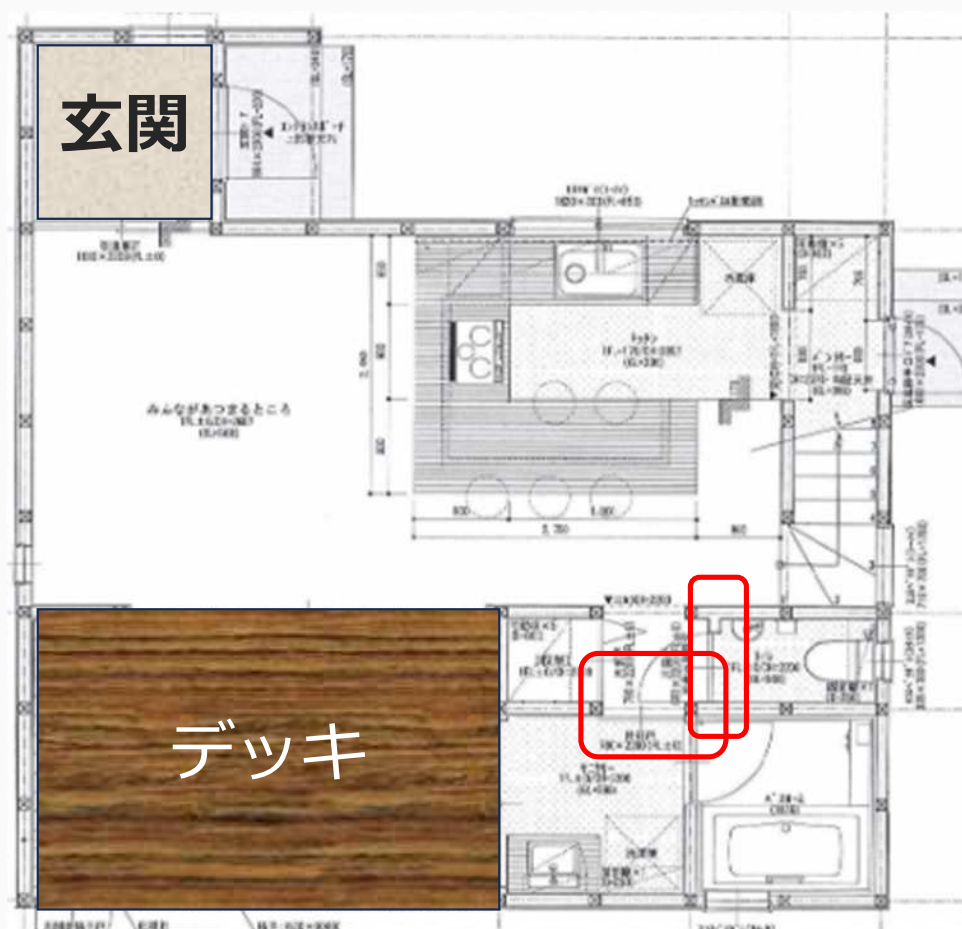


1. エアコンは1棟2台でOK
2. 間仕切り無い方が冷暖気回る
3. テレビ見なくなる
4. プライバシーはスマホ画面
5. 程よい距離感が安心感に

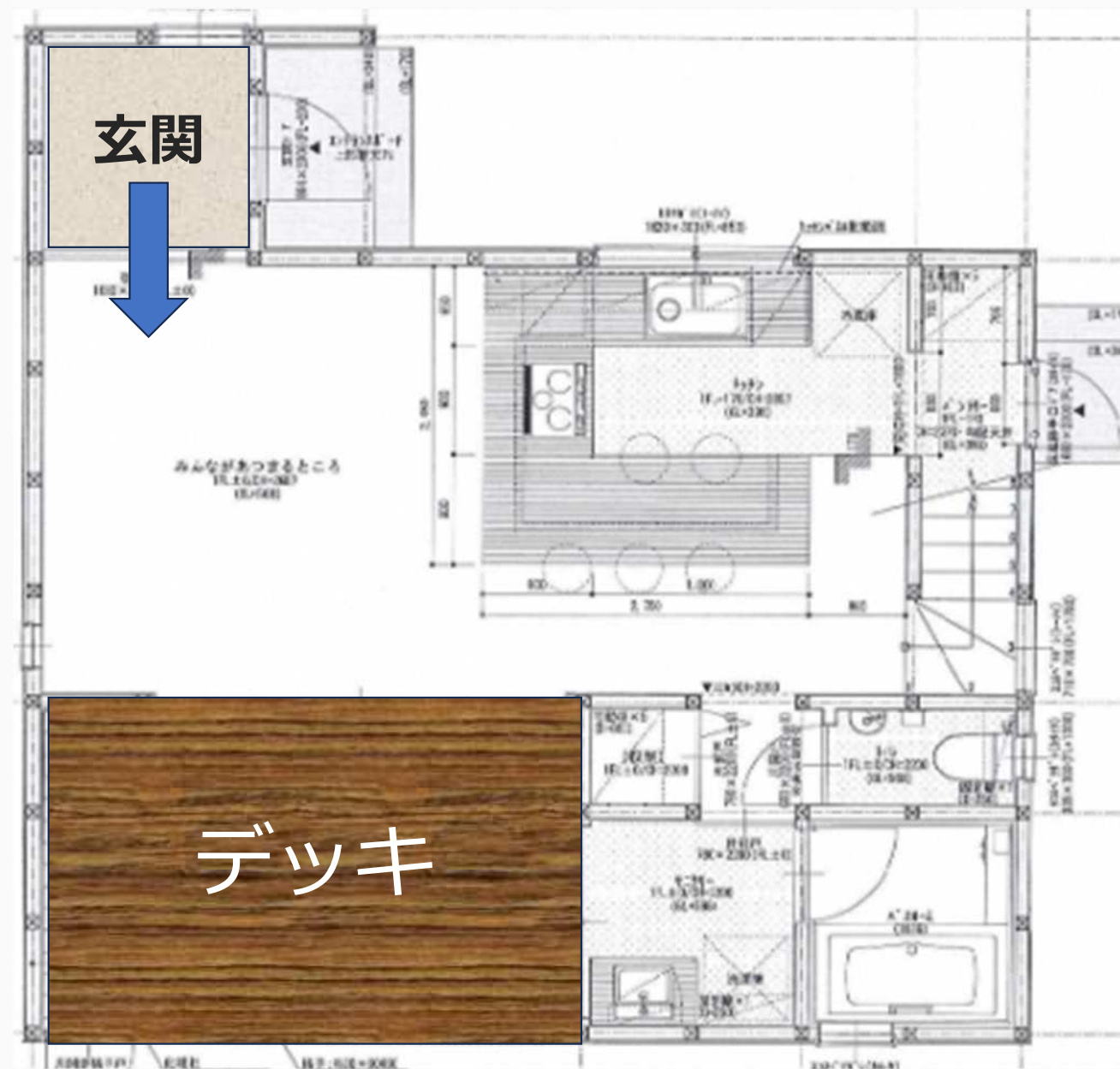
建築面積	44.71 m ²	(13.52坪)
1階床面積	43.06 m ²	(13.02坪)
2階床面積	39.74 m ²	(12.02坪)
延床面積	82.80 m ²	(25.04坪)

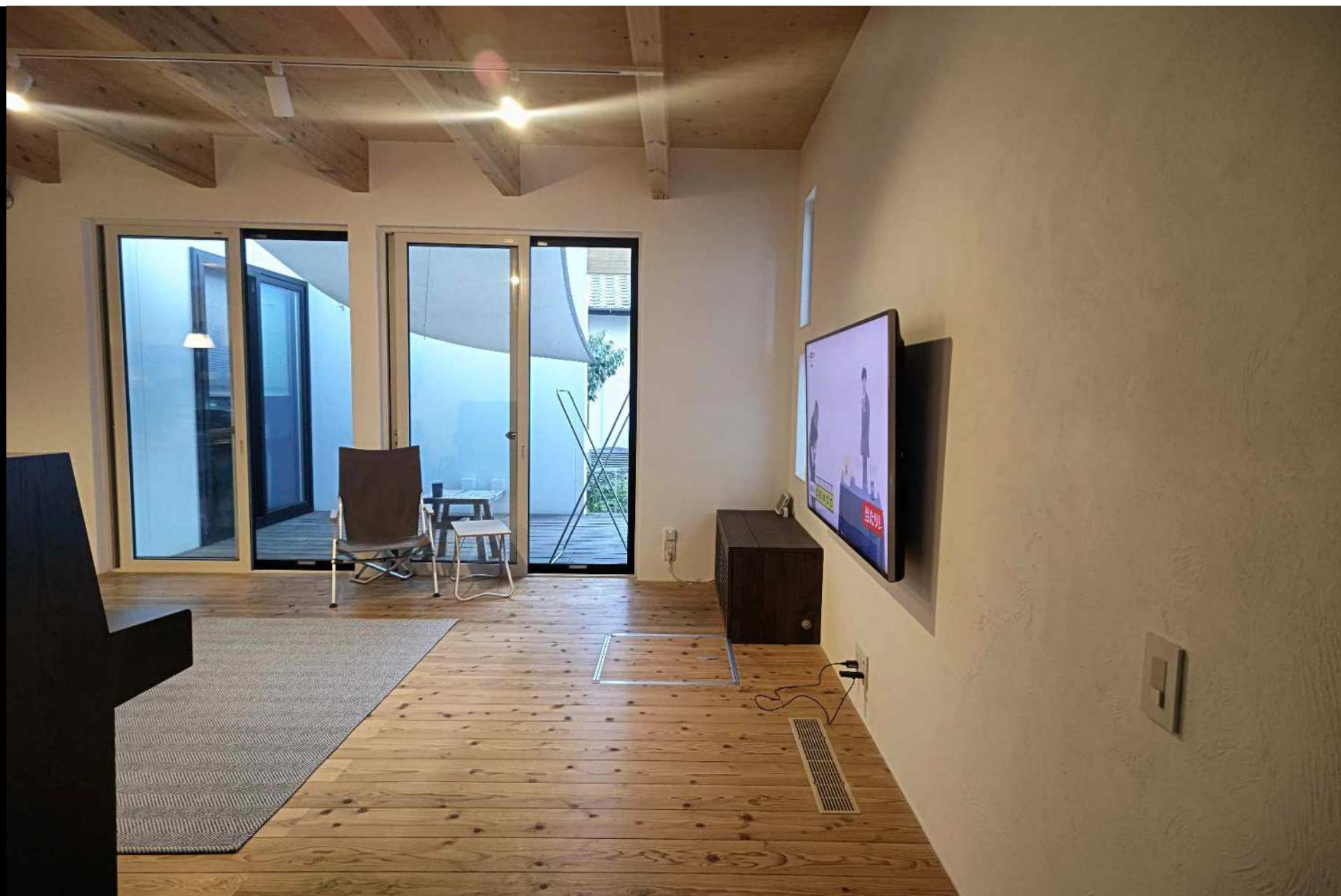


建具がほとんどない！



リビングと つながった玄関







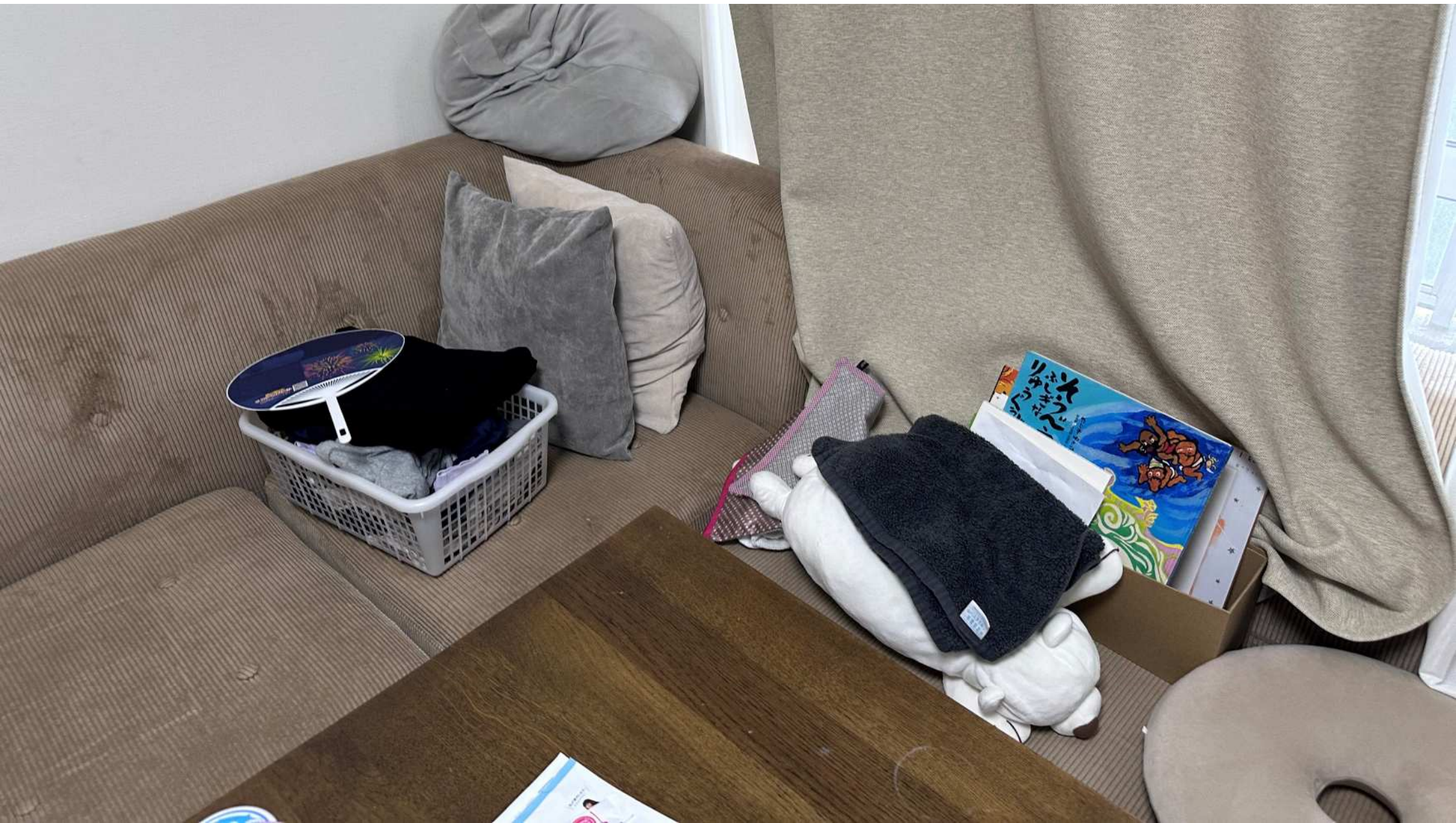


Q.リビングにソファは？

- ① プランニング時にとりあえず入れる
- ② お客様に聞いて決める
- ③ なるべく置かないようにする







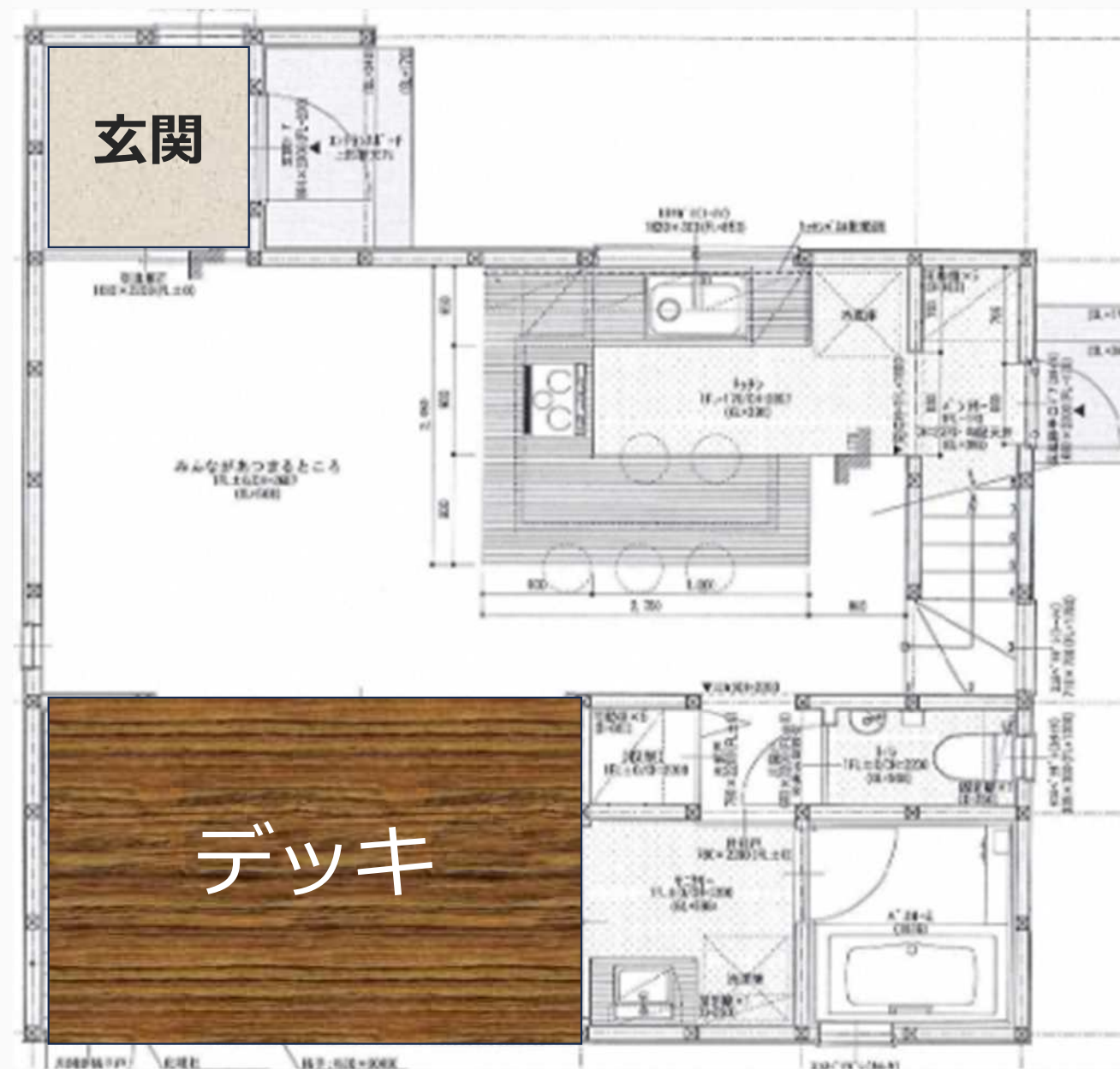
外して欲しい固定概念

「リビングに
とりあえずソファー」





ソファーも
ダイニングも無い

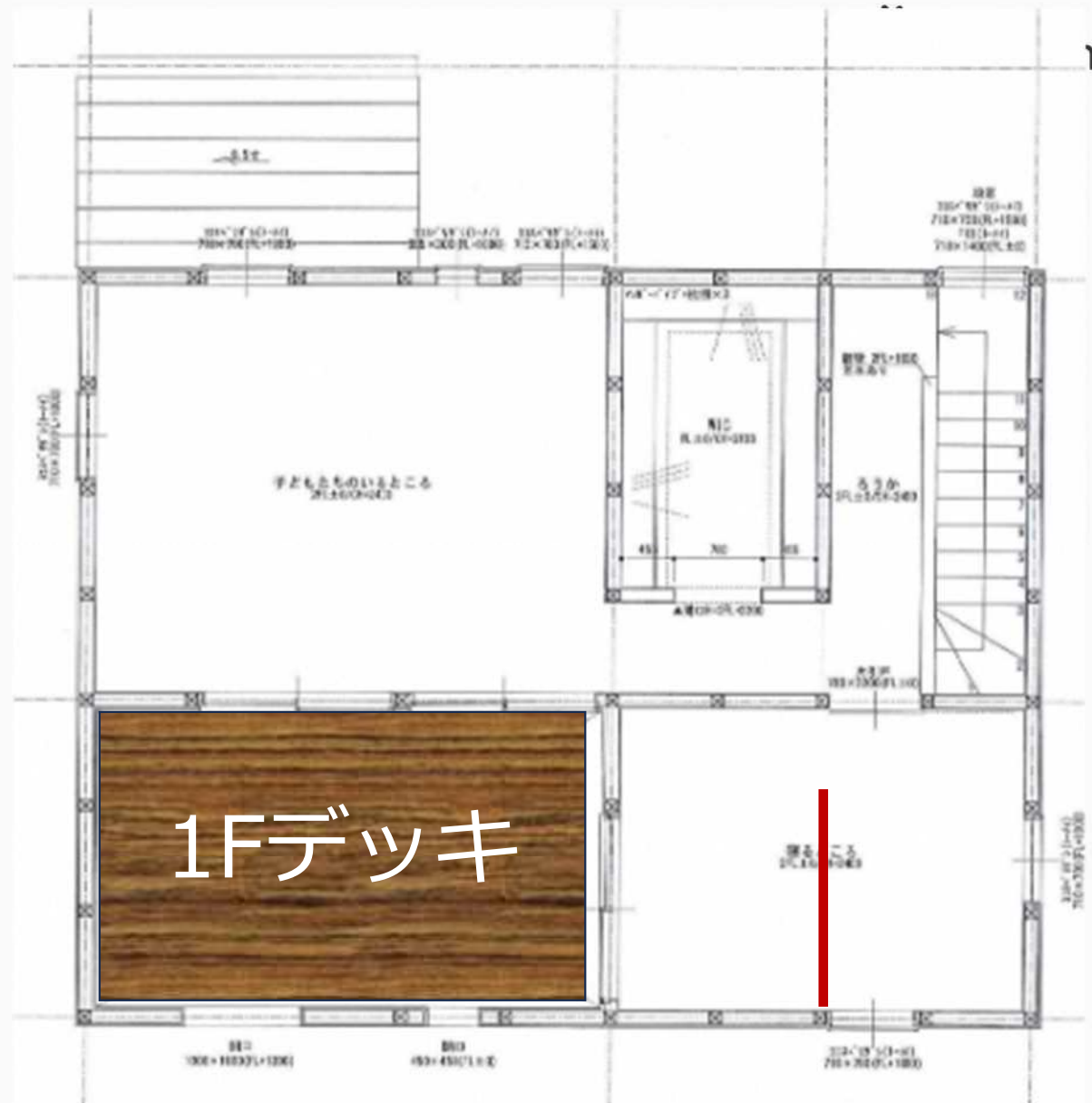


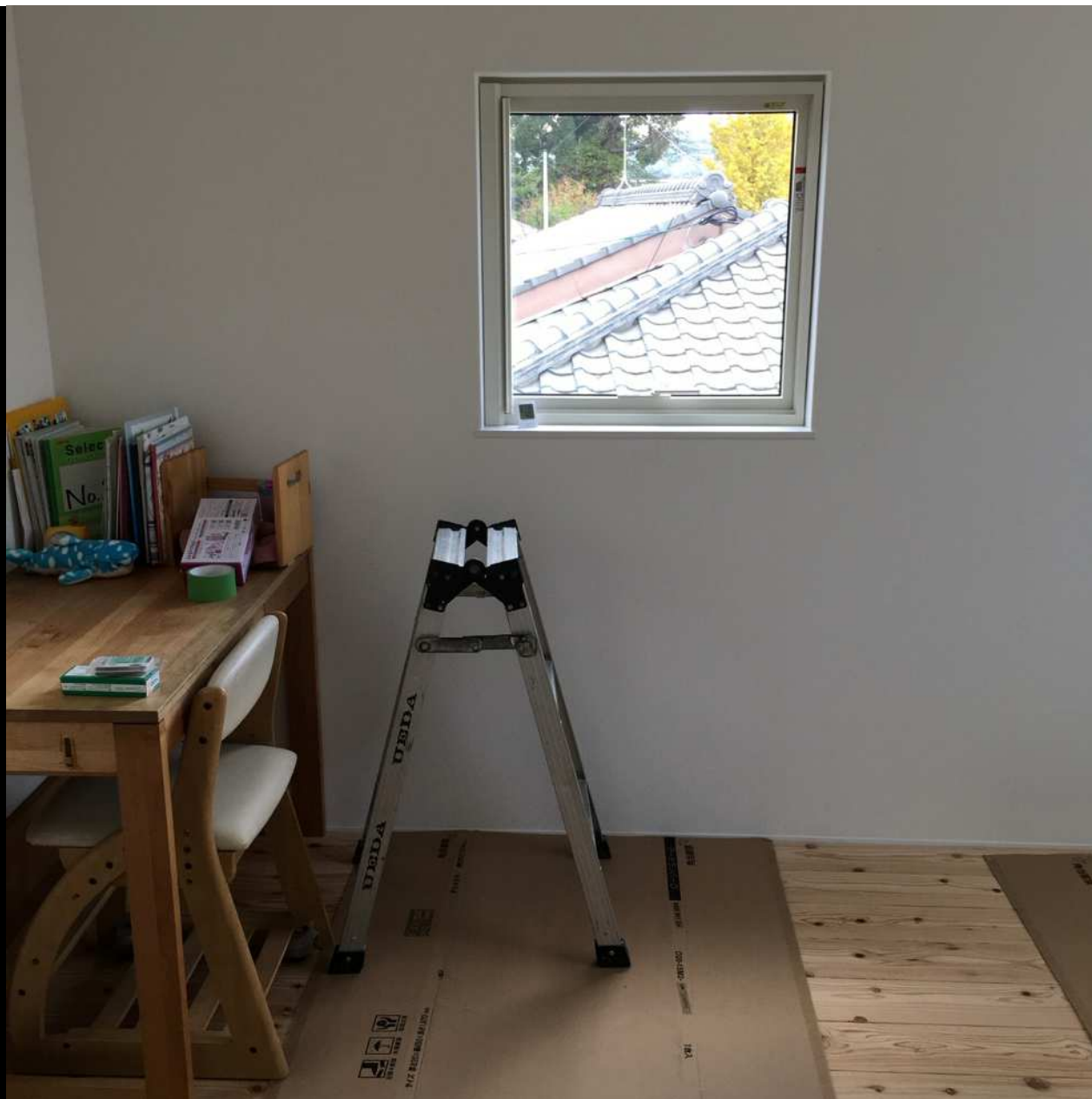


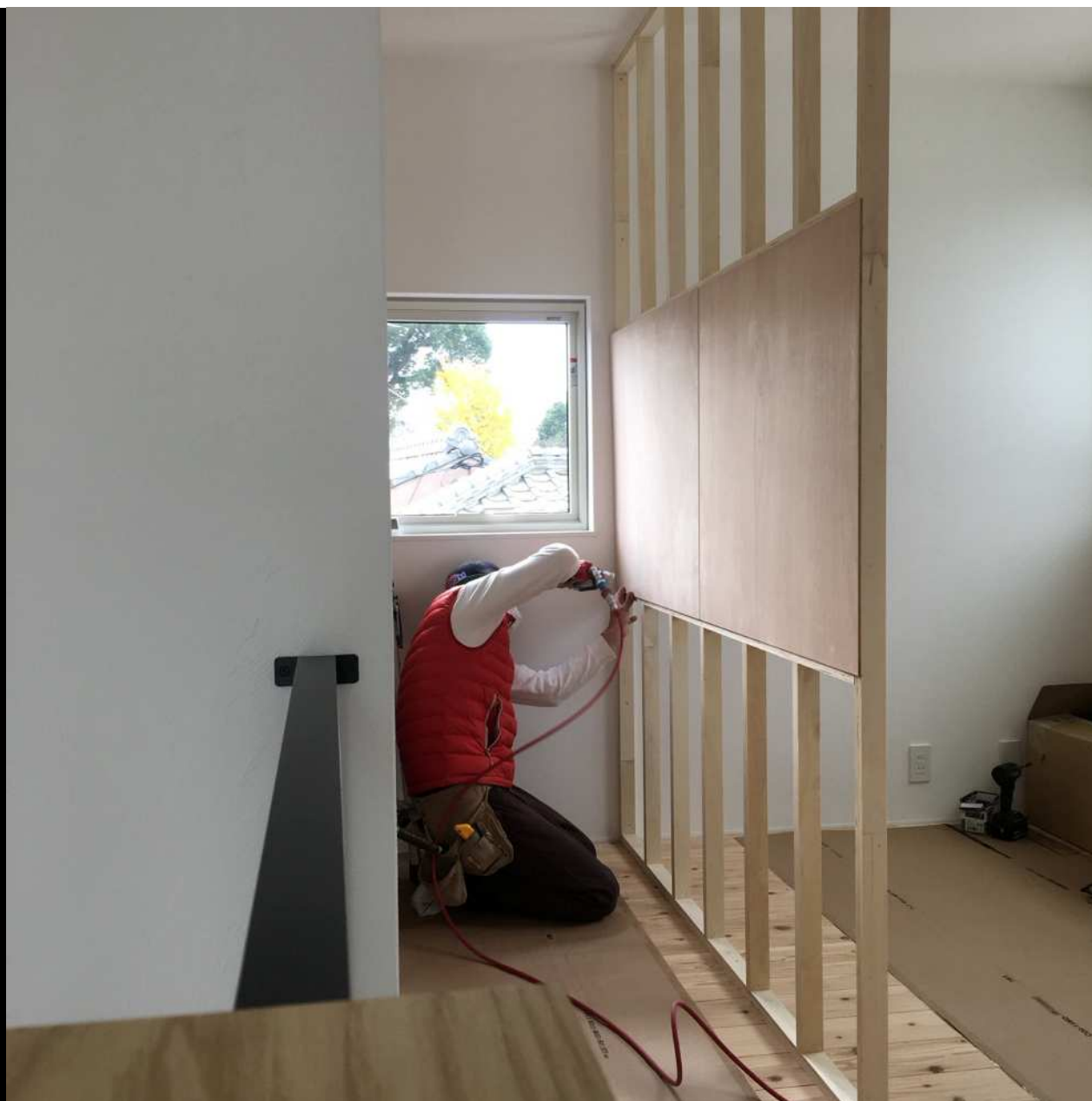




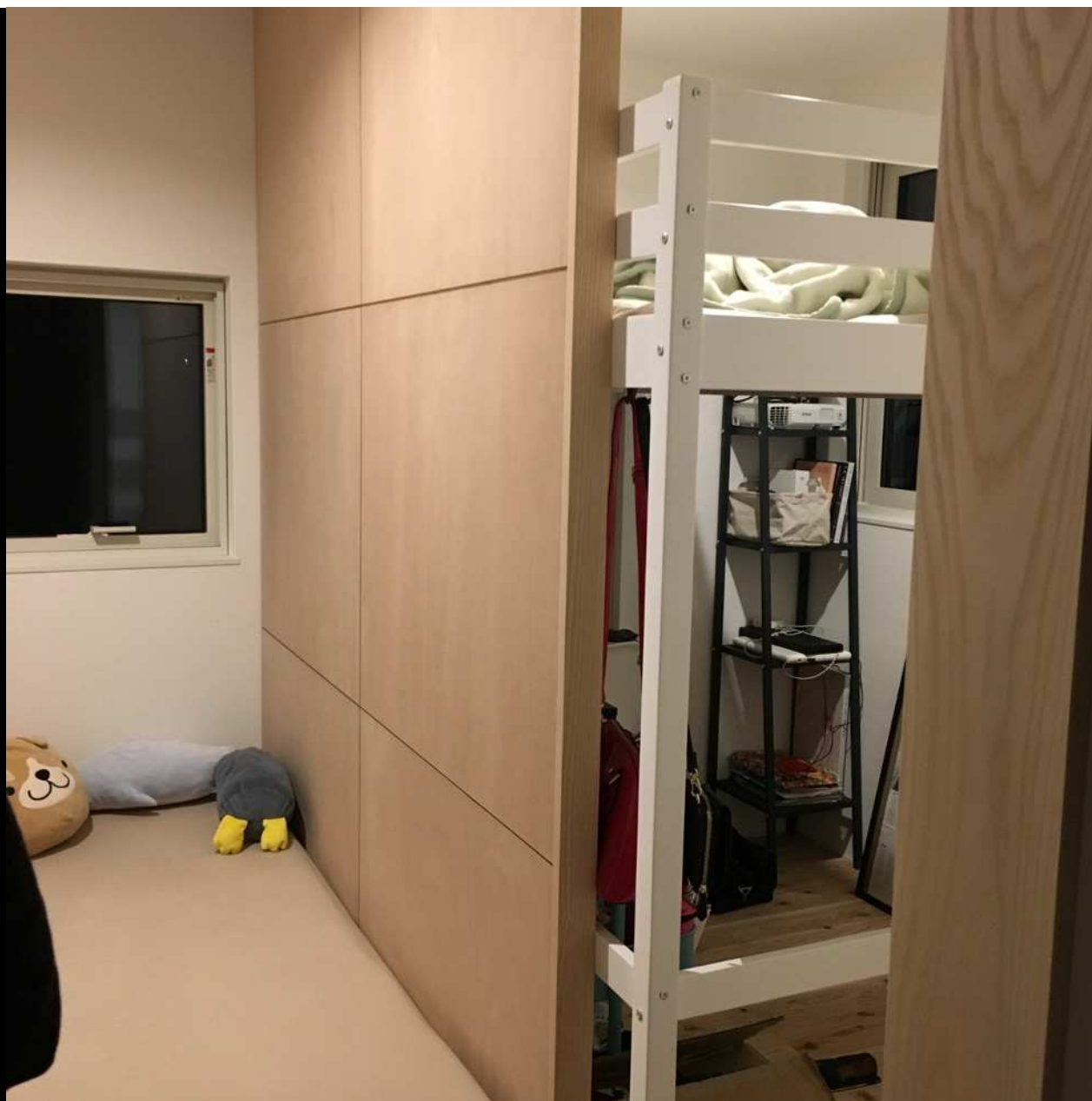
DIY間仕切壁①







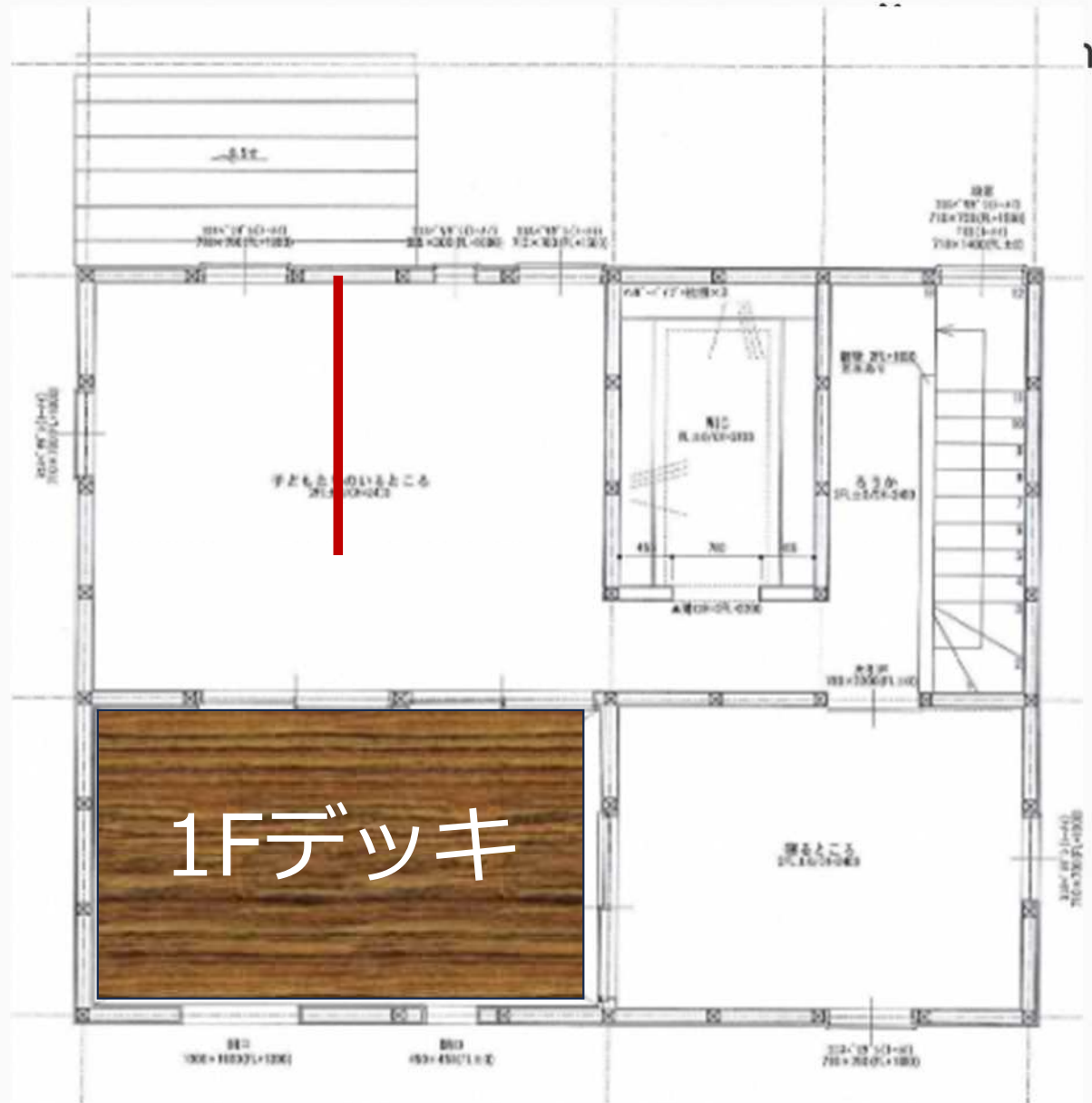






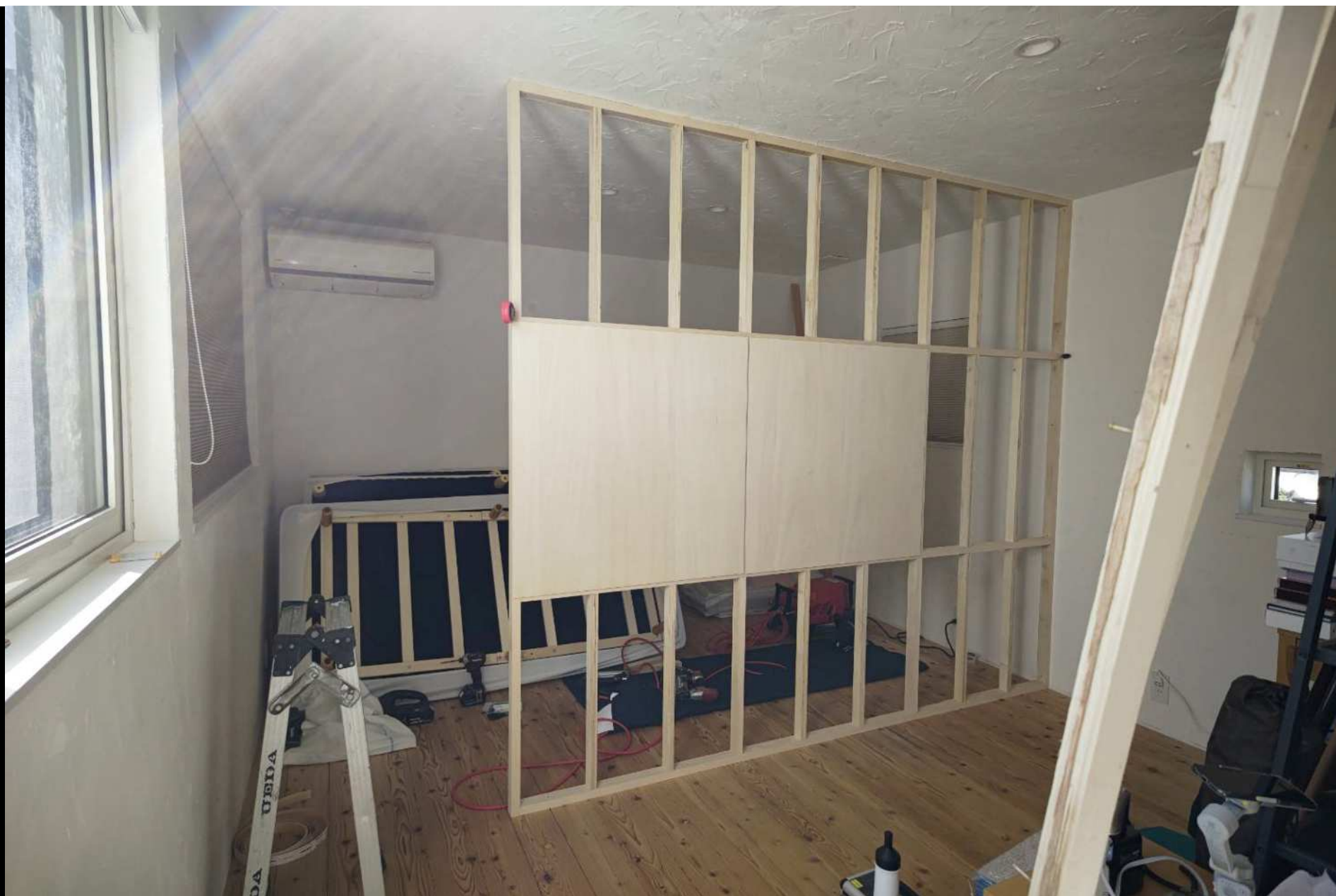


DIY間仕切壁②



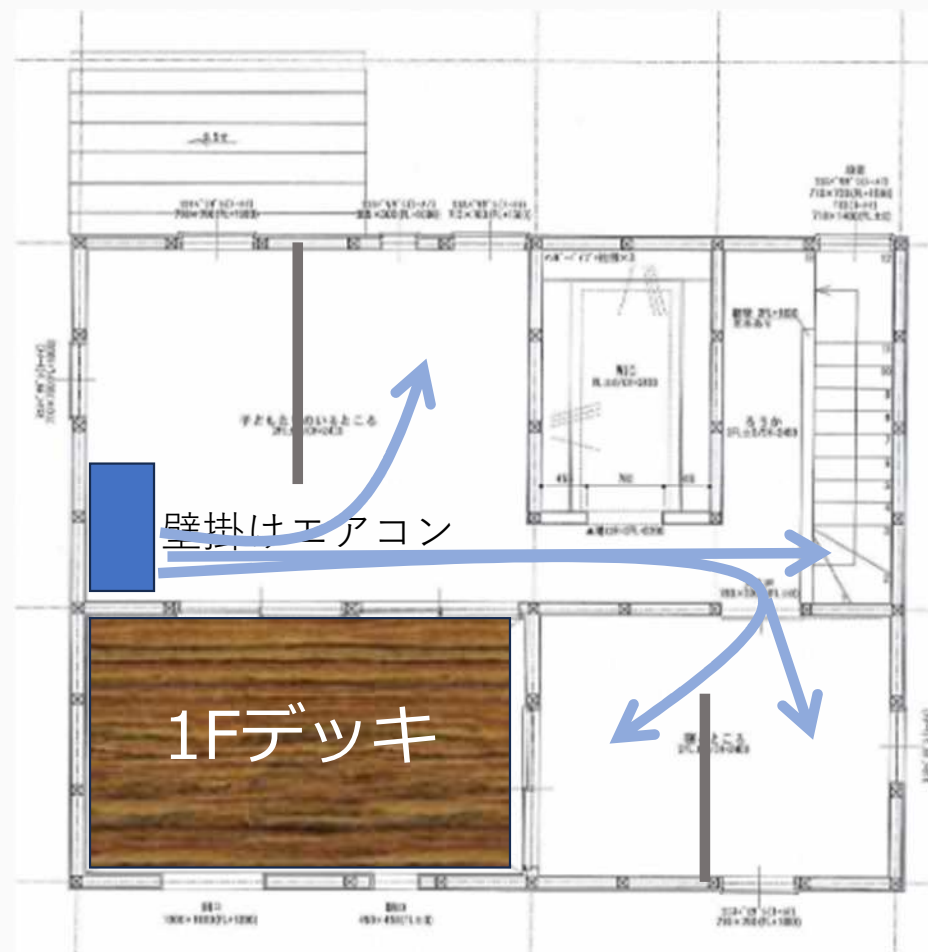
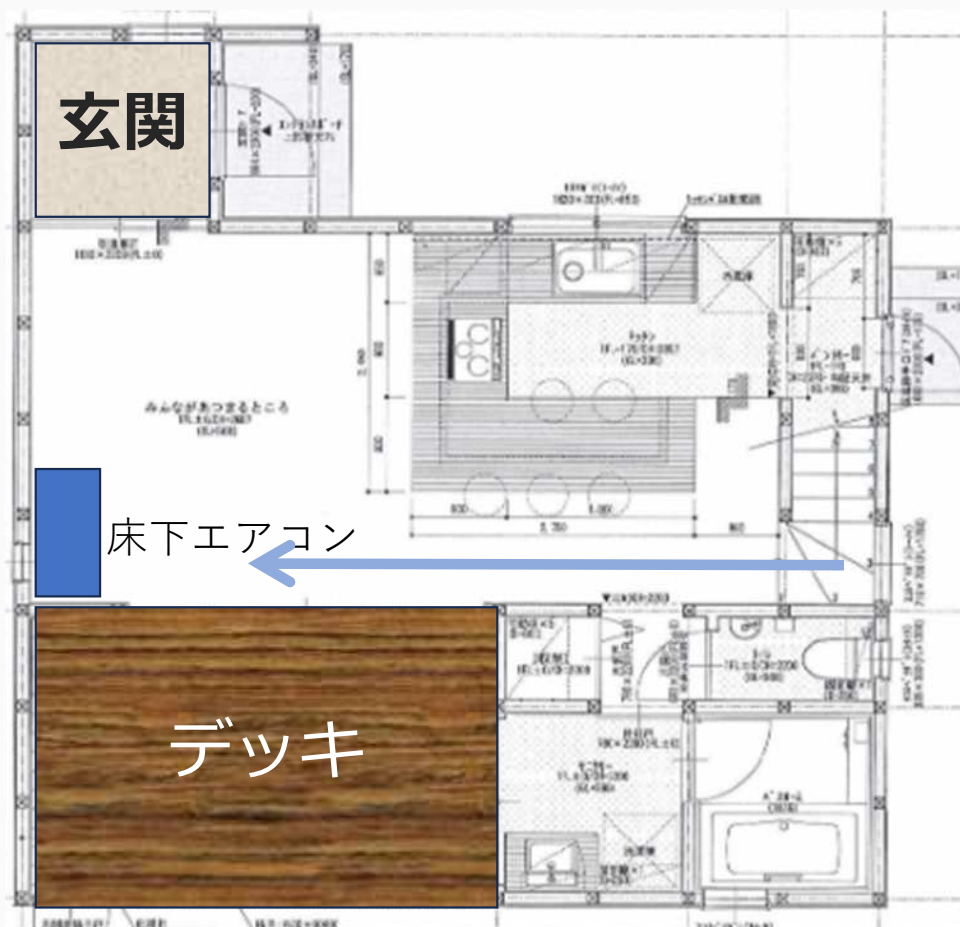


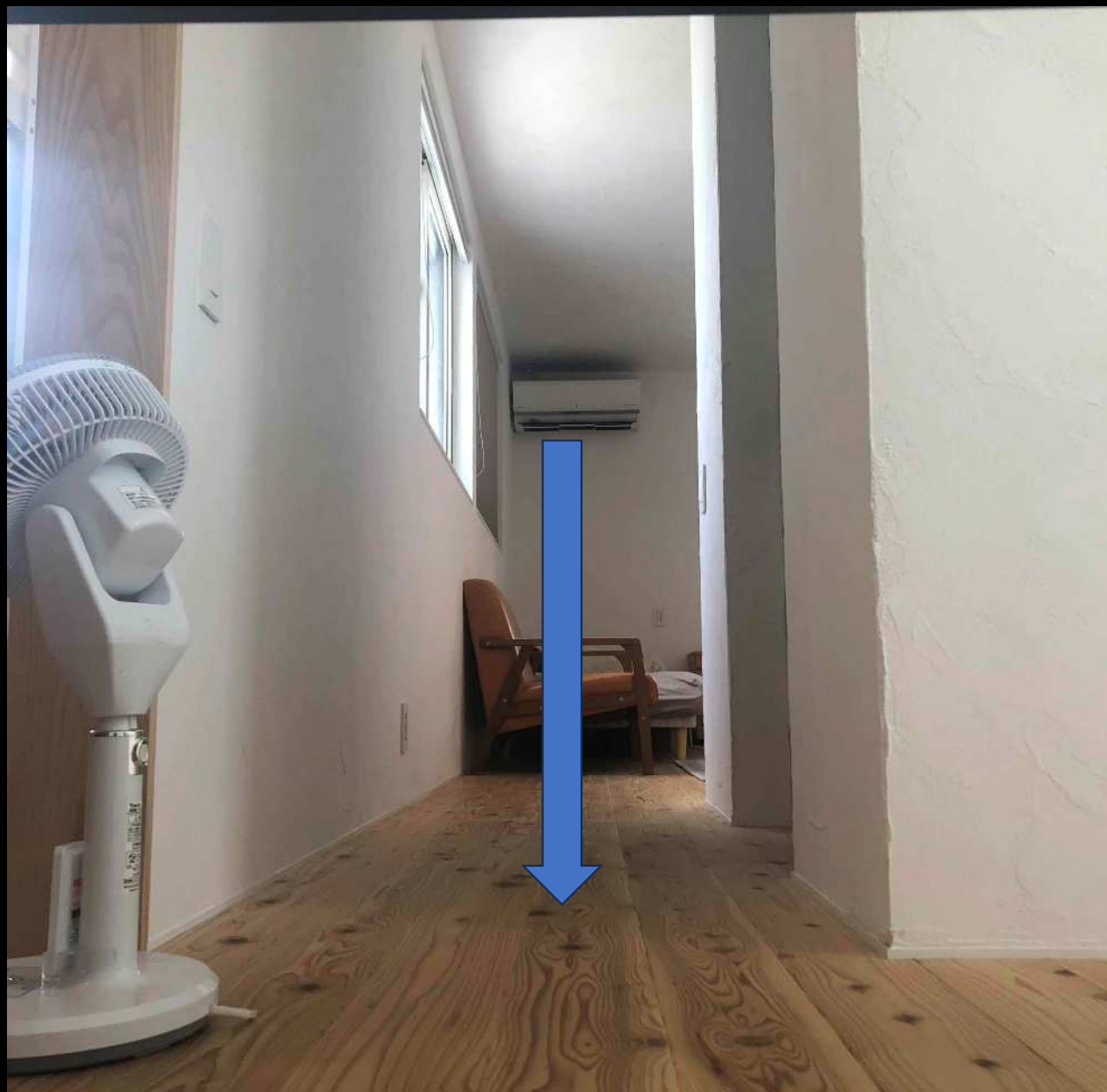






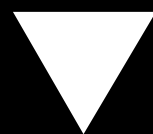
空調計画







小さな住まいのメリット



建設費減
光熱費減
エアコンが効く
家族が程よくつながる

設計力で小さく暮らし心地いい工夫を

「普通はこうだよね。」を再定義しよう

- 各室クローゼット
- リビングにはソファ
- OLDK
- 子供部屋で勉強
- 子供部屋のドア
- プライバシーを守ると孤立させるは違う

今日お話しすること

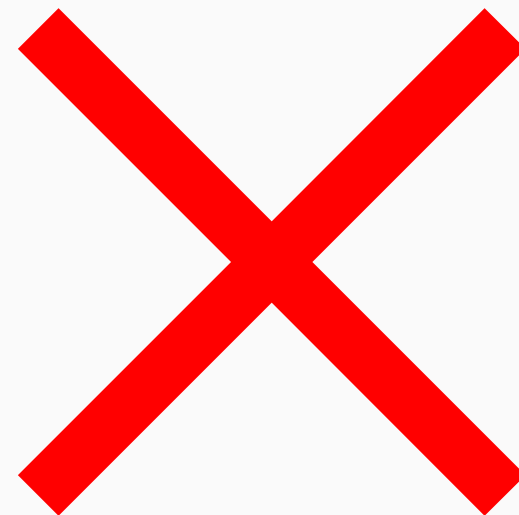
「お客様に伝える」

- 全館空調は万能？

子供が小さいので
ほとんど2階を使わない
全館空調なら
2階も24時間冷暖房するの？



うちの家は、全館空調なので  ORism
2階も24時間冷暖房してください



大切なのは、
プロとして
お客様のライフスタイルに合わせた
プランニングと
空調計画を提案することです



全館空調の情報が得られます MAHBEX 快適住宅研究館



東大阪市
2024年6月リニューアル
Ua値0.33
業界関係者見学可能

より豊かな暮らしを
創造するために
共に学び、
研鑽しあいましょう。

