

2017年(平成29年)  
**11月14日**  
No.1288  
毎週火曜日発行(第5週は除く)  
発行人:加賀光次郎  
年間購読料 19,000円+消費税

# リフォーム産業新聞

The Japan Journal of Remodeling

発行所:(株)リフォーム産業新聞社  
亀岡大田取材班グループ  
本社:104-0061  
東京都中央区銀座8-11-1  
TEL:03(6252)3450 FAX:03(6252)3461  
大阪支局:530-0005  
大阪府大阪市北区中之島2-3-18  
中之島フェスティバルタワー16階  
暮らしをよくする、専門メディア

リフォーム 三春情報センター

## 団地を「リノベ」モデル部屋に



建築事業部・  
シニア事業部統括執行役員  
楠元知毅氏

# 団地を「リノベ」モデル部屋に

三春情報センター(神奈川県横浜浜市)は、築40年以上の団地の二室をリノベーションし、期間限定のショールームとして公開するという新たな戦略に取り組んでいる。多彩なデザインで、ユーザーの反応は上々。第1弾のテーマは「ネオ・クラシックフレンチ」、第2弾目は「インダストリアルスタイル」、3弾目は「60'sミッドセンチュリースタイル」だ。このショールーム戦略の狙いとは。建築事業部・シニア事業部統括執行役員の楠元知毅氏に聞いた。

### 趣や顧客層の異なる3つの部屋タイプ

第1弾は築40年超の横浜市港南区にあるめじろ団地の二室を改修。フランスのアパートメントをイメージしたかわいらしい雰囲気だ。「ネオ・クラシックフレンチ」は、伝統的なヨーロッパのイストン同時代デザインの融合を表す。トイレを広く設けるために洗面台を廊下側に設置した。「見せられる洗面台」にするため、カウンターには輸入タイル、鏡はデザイン性のある枠のついたものを採用。キッチン是对面にできない間取りのため、無垢材やパネルを用いてインテリアとして取り入れた。また、壁厚を活用してベチをつくるなど収納スペースも多く設けている。

ターゲットは60代の夫婦。「かつて憧れたクラシカルな世界観にぴたりとはまる人もいます」と楠元氏。

第2弾は、JR根岸線磯子駅から徒歩1分にある築45年のマンションの一室。コンセプトの「インダストリアルスタイル」は工場地帯に隣接していること由来。天井は黒、壁紙は白やグレーでモダンな印象。対面式のステンレスキッチン、カンタリが木の

## 3種のデザインで訴求



▲第1弾「ネオ・クラシックフレンチ」の例

### 使った後は売却も

ターゲットは60代の夫婦。「かつて憧れたクラシカルな世界観にぴたりとはまる人もいます」と楠元氏。

第3弾の「60'sミッドセンチュリースタイル」は野庭団地の一室。「団地なのにロフトがあるのが特長」と楠元氏は話す。ターゲット



▲第3弾「60's ミッドセンチュリースタイル」



▲第2弾「インダストリアルスタイル」

同社は、リノベーションを考える顧客をこれらのショールームに案内し、提案の場として活用している。また、団地の住人も訪れ、同じ間取りの部屋がリノベーションによってどんなにも変わるのかと驚くという。

東京・目黒のショールームには一週間に50組近く見学に来たこともあった。すぐ売り上げに近づけるのは、自分のスタイルを見つけて

材とコンクリートの組み合わせからできている。間取りを2DKから1LDK+WICに変更。WICはリビングと寝室をつないでいる。ターゲットは単身、DIY好き世帯。

第3弾の「60'sミッドセンチュリースタイル」は野庭団地の一室。「団地なのにロフトがあるのが特長」と楠元氏は話す。ターゲット

同社は、リノベーションを考える顧客をこれらのショールームに案内し、提案の場として活用している。また、団地の住人も訪れ、同じ間取りの部屋がリノベーションによってどんなにも変わるのかと驚くという。

東京・目黒のショールームには一週間に50組近く見学に来たこともあった。すぐ売り上げに近づけるのは、自分のスタイルを見つけて

は趣味の多い40代夫婦。ありきたりな間取りよりも個人の趣味を部屋に取り入れた、と思うユーザーが増加し、ロフトや自転車も置ける土間をつけた。間仕切りをなくし、リビングとダイニングを大きく設けている。

また、このショールーム戦略がユニークなのは3ヶ月公開した後、売却することだ。同社は一昨年末では1年単位でショールームを持っていた。しかし、常に新しいデザインでユーザーに驚きを与え、注目度を高めるため一年に3、4回転させるようになった。磯子のショールームは100万円台前半で仕入れ950万円で施工、販売価格は2280万円。「利益よりもお客様に楽しさを感じてほしい」と楠元氏は話す。

仕入れる物件は母数のあるマンション、同社の各営業所の営業マンが来やすいところにして、物件が決定したら、社内にいる10人ほどのコーディネーターから担当者を選別。現地に赴き周辺の様子を見て、マーケティング調査を行った後、コンセプトを決める。コーディネートは新卒から20代半ばの若手。若いうちから一つの物件のコンセプトを任せられる。枠にとらわれない自由な発想からユニークなデザインが生まれている。

同社は今後も引き続き期間限定のショールームを展開していく。来年度に向けて年内にも新たな仕入れを行う。



ミックのリフォーム部門、Rスタジオでは、築40年以上のマンションや団地をリノベーションしリノベーションのモデルルームとして一般のお客様に公開しています。多彩なデザインで、お客様のライフスタイルに合った住まいのご提案を行っています。本件が、リフォーム産業新聞に掲載されました。