



令和2年度 JAS 構造材利用拡大事業が実施②

JAS 構造材利用拡大事業・・・訴求ポイントと

/ 住宅関連事業者のコロナショック対策

JAS 構造材利用拡大事業については、単に補助金・助成金が与えられるから良いということだけでなく、営業的視点で更に先の進んだ提案に結び付けられるように自分達でプレゼンテーションを考えていくことが重要です。

- (1)ターゲットとなる売り先・提案先(工務店・不動産会社・異業種)の要求している内容
- (2)市場要求を調査・分析し、プレゼンテーションに織り交ぜて対応する

確かな品質を担保する為の JAS 構造材利用拡大事業ですが、自然災害被害やコロナウイルスによる意識変化は市場経済全般に広がりも受けて、木材の良さ・品質のみならず、安全性についても訴求する必要が出てきました。加えて、今後は資産としての利用価値についても十分に提言できるようにすることが求められます。

非住宅部門に関しては、使い手側に沿った提案力が求められます。外構部の木質化事業に関しても、安全性を考えられたもので、昨今の中大規模の建築提案におきましては、「付加価値」も含めて提案力をつけていくことが求められます。この場合での付加価値提案とは下記のようなものが一部考えられます。

- (1)非住宅の建築物を利用する人が災害時やインフラ停止時にも使用し続ける事が可能な提案
- (2)緊急時のプラットフォームとして成り立つ使い勝手
- (3)その他 様々な提案が求められる

コロナウイルスの件で市場は停滞している状況です。各流通事業者は経営改革・事業改革・営業改革と進めており、中でも一番重要視されているのが「人材育成改革」です。先々の市場の動向を予見し、この後に必要な要素を事業に取り入れて戦略に組み込んでいきましょう。

コロナショック・・・住宅産業界事情

ハウスメーカー各社は昨年 10 月から受注減が続いています。住宅会社各社、緊急事態宣言前から追客が出来ず、悪戦苦闘している企業も多い状況です。しかしながら、順調に見込み客を追客している住宅会社は契約が順調な会社も見られます。

さらにコロナショックで大都市圏の中古マンションの販売価格は軒並み 15%～20%ダウンの予想が出始めているようです。

住宅の購入ポイント

- 住宅ローン
- (1) 表示金利で借りられるとは限らない
 - (2) 金融市場混乱で金利上昇懸念

- 資金計画
- (1) 減収リスクに備え、余裕を持たせる
 - (2) 年間返済額は年収の 25%～40%以内が目安
 - (3) 親からの贈与・・・返済を少なくする

- 物件選び
- (1) 資産価値は 2 極化が加速・・・選択が重要
 - (2) 利便性、周辺環境をチェック
 - (3) 生涯にわたり自身がライフスタイルを考えて

- 暮らし
- (1) 住まいがオフィス・・・テレワークの時代へ・・・環境変化に対応
 - (2) 住まい環境と立地環境・・・居心地のいい暮らしができるかが判断基準
 - (3) 暮らし提案・素敵な暮らし・在宅ワーク環境

住宅購入を考える消費者が最低限考える基準になります。今までの性能や安全対策、耐震・制振・省エネ・ZEHなどは標準提案、それ以上に暮らし提案が重要な時代です。消費者の住宅購入ポイントを考えて住まいづくり提案が必要な時代とされています。

また、今後は、5月、6月、7月と月次毎に住宅産業界の変化を確認していかなければならないでしょう。特に、緊急事態宣言による国の各種支援や補助等を活用した事業対策が重要になります。現時点では、コロナショック前に契約した仕事が回ってきていますが、今後の展開は非常に見通しにくい状況にあります。各住宅関連事業社はまずこれらの対策に向けた行動を取ることが重要です。その上で、次ページにマーケティングにおける対策ポイントを2つご提案いたします。

住関連事業者のコロナショック対策ポイント

対策のポイント

(1)WEBによるマーケティング

消費者に向けて事業を行っている会社は、現在WEBマーケティングを強化している傾向にあります。チラシ等を利用した販促活動は、現在は後手に回っていますが、市場全体的に仕事が少なくなってくる6月～7月頃に一斉に増えてくる可能性があり、その頃になって対策を行っても、他社のチラシや販促物に埋もれてしまうかもしれません。いち早く、販促活動を行う為に、google my business を利用した販促活動や Instagram を活用した女性目線のイメージ戦略等がポイントです。

- ① 販促活動は早めに対策
- ② WEB マーケティングが苦手な会社は業者と相談
- ③ google my business を利用した販促活動や Instagram を活用

(2)法人営業

消費者向けの活動については自粛が余儀なくされている状況なので、こういった時期には法人営業が対策として重要な位置づけになります。法人の中でも会社毎に打ち合わせ禁止等のしほりもありますが、最近では zoom や skype を利用したテレビ会議を行うことで対応している場合があります。

コロナウイルスの関係で相続に関する案件も出てきている状況なので、不動産業界の発想を兼ね合わせた営業提案等が案件としても増えてきている傾向にあります。

- ① 消費者向けに活動出来ない事業者は法人営業を取り入れる
- ② 相続関連の案件が増えてきているので資産活用提案を強化する
- ③ 打ち合わせはテレビ会議を利用する