

▶ 新たな成長に向けて 新ブランド「Skism(スキスム)」の展開

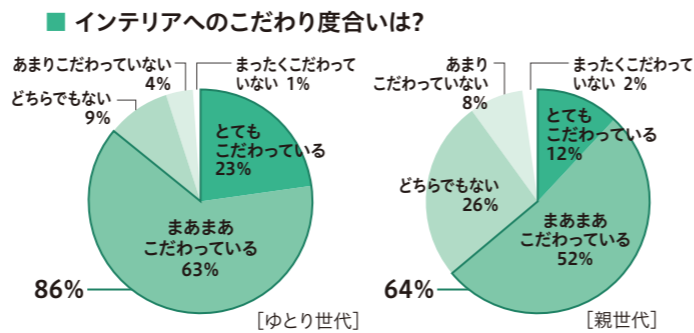
◎ 住宅業界を取り巻く課題

中長期的に新設住宅着工戸数は減少が見込まれ、また世帯構成やライフスタイルは大きく変化すると予想されます。需要減に伴って競争の激化は避けられず、また、こうした変化にうまく対応していかなければなりません。



◎ 住宅一次取得層の住宅に対する見方

ゆとり世代(将来的に住宅購入を検討している全国の25~29歳)と親世代(10年以上前に住宅購入をした全国の55~59歳)とを比較すると、住宅に対する考え方に違いのあることがわかります。特にゆとり世代は「インテリアに対するこだわりが強い」と統計に示されています。



■ 家づくりを考えるきっかけは?

[ゆとり世代]		[親世代]	
自分好みの空間がほしい	39%	新築一戸建てへの憧れ	31%
結婚	39%	自分好みの空間がほしい	22%
将来的な資産	36%	将来的な資産	22%

■ 家づくりを行う上で重視する点は?

[ゆとり世代]		[親世代]		[世代間のギャップの大きさ]	
防犯・セキュリティ	47%	防犯・セキュリティ	16%	防犯・セキュリティ	31ポイント差
内装・インテリア	48%	内装・インテリア	23%	内装・インテリア	25ポイント差
省エネ	36%	省エネ	13%	省エネ	23ポイント差

出典:第6回イノミカタ調査(2016年12月)

新ブランド Skism を立ち上げ

インテリアの決定権がお客様に移行していくなか、当社ではお客様の望むインテリア空間を簡単かつ短時間で提案できる新ブランドの製品群が必要と考えました。それが「Skism(スキスム)」で

す。スキスムの製品は、室内ドア、収納、フローリングなど総合建材メーカーである当社の強みを活かし、バリエーション豊かな製品構成が特長です。

「スキスムS」「スキスムT」の2種類を展開

Skism S

スキスムSはベーシックからモダンまで幅広く、時代を超えた普遍的なインテリアスタイルをベースとしました。例えば室内ドアでは定番の木目柄やシンプルな単色など7柄をラインアップしています。



Skism T

スキスムTは昨今のトレンドを取り入れたこだわりのインテリアスタイルがベースとなっています。同様に室内ドアでは時間が経ち、色あせたような風合いが魅力のラステック調のデザインなども取り揃えています。



お取引先様、エンドユーザー様と Win-Winの関係構築に向けた取り組み

当社では流通業者様からビルダー様への空間提案、あるいはビルダー様からエンドユーザー様への空間提案が、スムーズかつ総合的に行えることを最も重視し、それぞれで活用できる便利なツールをご用意いたしました。当社はスキスムブランドの製品を通じ、お取引先様、エンドユーザー様とのWin-Winの関係構築に取り組んでまいります。

スキスムのカタログを充実

・エンドユーザー様向けのブランドカタログでは、施工例を多く掲載し、空間イメージがつかみやすいようにしました。
・プロユーザー様向けの受発注カタログでは、品番等を拾い出しやすくするなどの工夫を行いました。



便利なツールのご紹介

● プロユーザー様向け EDnet+(イーディーネットプラス)

当社がご提供する使いやすさを追求した営業支援システムです。オンラインで製品の画像を選択すれば、見積書、プレゼンボード、仕様確認書、製品図面が作成できるほか、さらに発注処理も可能です。



● エンドユーザー様向け カラーコーディネートシミュレーション

当社ホームページの専用サイトを通じ、どんなでもご利用いただけるサービスです。好みの製品をピックアップし、それを組み合わせることで、室内空間の色や雰囲気がどのように変わるかをお確かめいただけます。

カラーコーディネートシミュレーション



当社が提案するインテリアスタイルの一例

