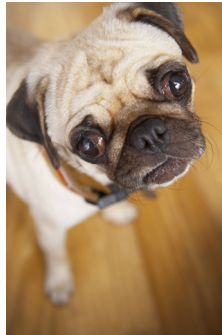


お客様の声

これまで、約1700棟の炭の家から、続々と喜びの声が届いています。ここでご紹介させていただきます。

■北海道石狩市N様■



食事の臭い「カレー」の臭いが翌朝には消えていてびっくりした。うちには犬が一匹いるのですが、ペット特有の臭いもしません。

今まで欠かせなかった芳香剤は生活臭が一切しないので買わなくなりました。

それから、マイナスイオンの影響なのか家にいると頭がすっきりしてきます。夜に仕事から疲れて帰ってきても翌朝にはすっきりしています。

親類や友人、知人など、家に来る人たちは皆、「空気がきれいな感じがする」とか「なんかすがすがしい感じがする」と言ってくれます。冬場の部屋を閉め切った状態でも同様に気持ちいい空気です。

■北海道札幌市東区H様■

新築なのに独特のニオイ

がなく空気がキレイになっているんだなあとすごく感じます。私と娘がニオイにもものすごく敏感ですが他人の家に行ったり、外に出たりするとニオイを感じるので家にいるとホッとします。



前の家は湿気がひどく、引っ越した後に手続きの関係で3日ほど滞在したのですが、ものすごくカビのニオイがして娘は「クサイ！」

と泣きだしてしまいました。その時、今は空気のキレイな家にいるんだなあと実感しました。

それと、娘の友達でぜんそくがあり他人の家に行けない子供たちが家に来た時も症状がでてしまったら帰宅する予定だったのですが、元気に走り回りお泊りすることができました。

導入店様ご紹介

昨年からの募集を開始しました「カーボンエアクリンシステム特許実施権」。経営者からも驚きの声を頂いております。

- 会社名 小柳建設株式会社
- 所在地 新潟県三条市東3条1丁目21番5号
- 導入年月日 平成20年4月1日

新潟県で広く建設を手掛けるゼネコンである小柳建設株式会社は住宅事業部を持っていましたが、確固たる事業の柱とすべく色々な方法を模索していました。



そんな時、共通知人の会社社長より紹介され「炭の家」に興味を持っていただき検討がスタートしました。

小柳建設(株)の小柳社長は、元来、健康に対して非常に造詣が深く、自社事業でも塩素を使わない水でスイミングスクールを経営したりと、健康に対する考えが当社と共通する部分が多く、「炭の家」の導入もすぐに決定して頂きました。

導入後も順調に受注を増やされし、今年は保育園などの公共的な建物にも「炭の家」を採用していただき、地域の注目度も高くなってきております。



募集中 「炭の家」特許権を販売中

当社では直ぐに導入できる「炭の家」のシステムを特許実施権として販売しております。詳しくは、裏面をご覧くださいまして、お気軽にお問い合わせ下さい。

5分で読める!健康住宅で圧倒的な差別化を実現する経営者のための情報誌



VOL. 01
2009 JUNE
スミタイム



TOPICS

ご要望にお応えして6月開催決定

初夏の札幌「炭の家」見学ツアー!

日時:平成21年6月19日(金)11:00-
集合場所:当社の本社ショールーム
内容:経営戦略セミナー、炭の家の現地見学、
サッポロビール園でのランチ付き
参加費:5,000円(交通費、宿泊費は別途)

炭の家体感プラン 10社限定プラン

北海道
札幌市内見学ツアー

住宅コンサルタントによる
マーケティング勉強会

建築現場・ショールーム
「炭の家」全部見せます見学会

新しい建築住宅の主流
コーディネートホーム見学

一番人気サッポロビール園
名物ジンギスカンランチ付き



セミナー開催のお知らせ

苦境を乗り越える突破口!福島編

「炭の家」販売戦略&1700棟達成
記念セミナー開催!

日時:平成21年6月9日(火)10日(水)
13:00~16:00

会場:チサンホテル郡山
福島県郡山市駅前1-8-18

※その他にも全国各地での説明会やセミナー
など、積極的に展開していきます。

炭の家をもっと知りたい方は ▶▶▶ ホーム企画センター 検索 <http://www.homekikakucenter.co.jp/sumi1t/>

株式会社 ホーム企画センター
〒011-0038 札幌市北区北38条西2丁目1番26号 創業/昭和43年 資本金/4億9,000万円

お電話でのお問い合わせや
お申込の方はこちらへ!
フロンティア事業部

いいよ いい空気
0120-114-119
フリーコール

■「炭タイム」発刊のご挨拶■

「安くていい家」から「健康で安全な家」を提供する会社として、全国のより多くの方々に健康住宅「炭の家」を普及させることが私たちホーム企画センターの使命だと考えております。

この信念に共感頂ける皆様に、少しでもお役に立てたら幸と思い、「健康住宅」を切り口に成長してきた実際の現場、研究開発の最新情報をレポートとして定期的にお送りさせて頂くことになりました。是非、ご一読頂きまして、ご意見、ご感想など頂ければ、幸いに存じます。

(株)ホーム企画センター
フロンティア事業部長 古川 秀彦

炭の家・探検隊

「炭の家」探検隊では、技術情報、開発情報について、ご紹介させて頂きます。

去る平成19年、「炭の家」が人体に及ぼす影響について検証実験を行いました。北海道大学教授で医



学博士でもある大塚吉則氏と共同で炭換気システム設置住宅と、通常の換気システムを設置した一般的な住宅のマイナスイオン比率の違いを調べたところマイナスイオンの比率が平均53%と、一般的な住宅と比べて約2倍の数値が測定されました。

これは外気よりもやや高い比率であり、自然環境が整う那須高原や農村に建つ住宅などのマイナスイオン比率に極めて近い数値であることが分かりました。

さらに、5名の被験者に同じ建材で建設した2部屋を同時期に完成させまったく差異の無い環境を用意したうえで、ちらの部屋が炭換気仕様かを知らせずに、それぞれの部屋に約1時間滞在してもらい、唾液や脈拍

などのデータを採取しました。

主な測定結果は、炭換気システム下の方が唾液のアミラーゼ、コルチゾール値の変化からストレスが軽減された人が多く拡張期血圧、脈拍も下がる人が多かったのです。

また、自律神経バランスでも副交感神経系の活動が活発になる人が多く、心理テストでは炭換気システム下の方がリラックス感が増し、不快感が低下した人数が多くなっていました。

この実験から大塚氏は「総じて炭換気システムにより副交感神経系が有意になり、生体はリラックスしてくる傾向にあるものと考えられるが、結論付けるにはさらなる検討が必要」としました。

このようになぜ炭の家に来る人が「空気の爽やかさ」や「心地よさ」を感じるのか？当社は様々な角度から研究を進めていますが、どうやら炭が発するマイナスイオンとプラスイオンの「イオンバランス」が重要であることが分かってきました。

北海道では部屋に居ながら森林浴ができる家として多くの健康志向のお客様から注目されています。

今後の研究結果にも是非、ご注目ください。

北海道住宅通信掲載記事



スマレさんのマーケティング講座

【スマレさん一家】

こんにちは、マーケティング講座のスマレ先生です。札幌では「炭の家」を知らない人はいない？くらい有名になりました。そこに一躍買ったのが私たちスマ



レー一家だと思っています。スマレ・パパ、ベビちゃん、ククンは、住宅という難しい商品をお客様に届ける橋渡し役として、多くの皆さんに親しんで頂いています。

マーケティングとは、「消費者と製品を結び付けていく活動」「売れる仕組みを作ること」と言われます。展示場や現場に来て頂いた方に、お客様に一生懸命売り込むのは単なるセールスです。本当にいいものを、欲しい人に届け、その方と信頼関係を作っていく(最終的に契約という形で結びつく)ことを使命とするマーケティング担当がいないと、今の住宅はなかなか売れないですね。

そこで、少しでもマーケティングについて関心を持って頂ければと思います。

【キーワードはベネフィット】

今回のキーワードは「ベネフィット【benefit】」です。直訳すると「利益、便益、恩恵」と出てきます。

私たちは、炭の家を開発する中で、建築請負業や不動産業という仕事ではなく、「ベネフィットを提供することが業である」と考えなければいけないと気付いたのです。

「本屋さんに本を買いに行く人はいない！」と言ったら、びっくりしますね。「写真や文字が書いてある紙の束をあなたは欲しいですか？」と聞かれるとどうでしょう。欲しいのは、新しい知識であったり、文章を呼んで得られる感動が欲しいのではないのでしょうか。

お客様があなたの商品を買うのは、商品自体が欲しいのではなく、商品がお客様にもたらす何か良いこと、

それを買っていると言えますね。

ドリルを買うのは、ドリルという器具ではなく、穴が欲しい。高級車を買うのは、2トンの精密機械ではなく、見栄がほしい。高いゴルフクラブを買うのは、金属の棒が欲しいのではなく、飛距離や良いスコアが欲しいのですね。。

私たちは、お客様のクレームをきっかけに、「お客様が欲しいのは、住宅ではなく、そこで得られる家族の幸せであり、その根底にある家族の健康なんだ」と教えて頂きました。



家族の健康というベネフィットを事業の核に捉えてから、やっとマーケティングらしきことができるようになったように思います。



御社の核となっている「ベネフィット」は何ですか？強み！ではないところがポイントですね。もし、「構造の強さです」「自由な間取りです」と回答される営業部長や、建築部長がいたら…

もう一度、「ターゲット…誰を幸せにしたいの？」、「何がベネフィットなの？」、「そのベネフィットを実現する手段は何？」の3ステップで整理してみたらどうでしょう。

「ん～、うち住宅のベネフィットが曖昧だなあ」と思われたら、是非、「炭の家」を一度見に来て下さい。きっと、ヒントが見えてくるはず。



見学会 炭の家を見に行こう！

当社は、定期的に「炭の家」札幌見学ツアーを開催しています。次回は6月19日(金)です。また、全国の導入店の現場も見ることができます。詳しくは、裏面をご覧くださいまして、お気軽にお問い合わせ下さい。