



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2009 年 10 月 1 日発行

## 展示会・見本市レポート第7号

発行：全国商工会連合会

編集：(財) 日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

### 日経 住まいのリフォーム博 2009

会 期	2009年9月23日(水)～26日(土)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	日本経済新聞社
後 援	国土交通省、経済産業省、厚生労働省、環境省、警察庁、東京都、住宅金融支援機構、都市再生機構、住宅リフォーム・紛争処理支援塩センター、ベターリビング、日本建築防災協会、住宅リフォーム推進協議会、マンションリフォーム推進協議会 等
協 賛	板硝子協会、建築環境・省エネルギー機構、シルバーサービス振興会、全国中小建築工事業団体連合会、日本木造住宅耐震補強事業者協同組合、日本造園組合連合会、日本防犯設備協会、日本ホビー協会 等
事 務 局	<a href="http://www.reformhaku.jp">http://www.reformhaku.jp</a>
出 展 者	82社
小 間 数	324小間
出 展 料	1小間(3m×3m)=450,000円(税別)
募集期間	2009年1月末日～2009年5月末日
来場者数	45,212人
出展業種	リフォーム会社、リフォーム関連製品、防犯・防災・耐震、省エネ 等
来場者の職業	生活者 等
次回開催予定	2010年11月12日(金)～14日(日)

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財) 日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

## ◆ 時流商流 ◆

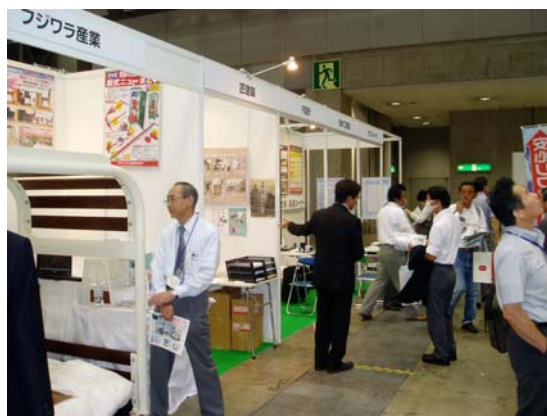
### 耐震リフォーム会社に存在感

リフォーム産業が低迷する住宅需要を下支えするとの期待が、住宅関連業界の間で高まっている。

リフォームといえばこれまで、老朽化した建物の増改築が中心だった。しかし、最近ではオール電化のキッチン・バス、間取りを広げたリビングルーム、高齢化時代に対応したバリアフリー化、省エネ・エコ対策、耐震化など、生活空間の改善に対する社会的ニーズが高まっていることが背景にある。

今回のリフォーム博は住環境の変化とともに、省エネ改修、バリアフリー改修、耐震改修を対象とした所得税減税、固定資産税の減額という2つの優遇税制措置が追い風となり、例年以上の盛り上がりを見せた。

リフォームの展示会は、大手のリフォーム会社の出展が中心となるのが一般的。しかし、今回は大手企業に混じって、中小規模の耐震リフォーム会社や耐震補強の設備機器会社がゾーンを設け、相談や注文に応じているのが目立った。首都直下型地震をはじめとする大地震に備え、住宅の耐震化を検討している生活者が増えていることを窺わせる。



### 地域工務店にも耐震ビジネスチャンス

リフォーム博の特徴は他のバイヤーらとの取引を目的にしたトレードショーと異なり、来場者の多くが生活者で占められていることである。消費者を対象に出展ができる点で、リフォーム会社にとっては消費者の生の情報を収集できるメリットがある。

地域のリフォーム会社にとっても、展示会で耐震工法や耐震補強設備機器をPRし、販路を開拓したり連携パートナーを探す場として利用できる。また、例えば地域の工務店がこれから耐震技術、省エネ技術、エコリフォームに特化し、展示会を活用して新規需要を掘り起こすことも可能と思われる。

次頁からは、本展示会の中でもユニークな取り組みを行っている地域のブースを紹介する。

## ◆ ブース細見 ◆

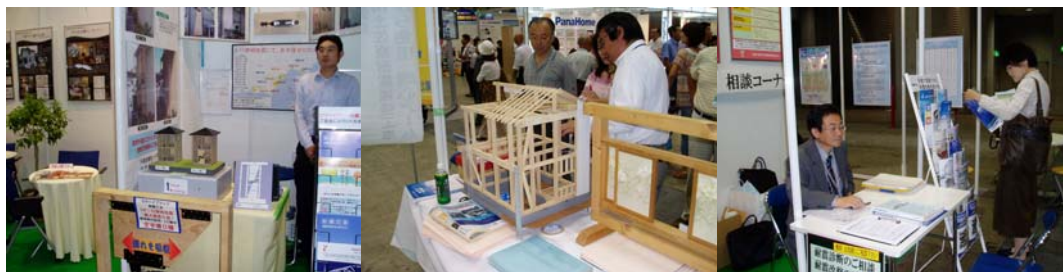
### 東京の同業6社がまとまってブース構築

★出 展 目 的 :個別相談とPR

★代表商品の価格 :「木造住宅精密耐震診断」(120㎡まで)=150,000円(税別)

耐震補強会社の**グランデータ** (<http://grandata.co.jp>) は、東京都の「安価で信頼できる木造住宅の耐震改修工法・装置の事例」の選定企業のうち6社が集まって出展。

同社の橋本晋二社長は「過去3回出展しましたが、各耐震補強会社がバラバラに出展していたのを見直し、一つにまとまってブースを構えました」と工夫のほどを説明。「来場者の利便性が高まり、集客も上々です」と橋本社長は強調する。



### 展示会はPRの絶好の場

★出 展 目 的 :PR

★代表商品の価格 :「剛心アーム」=150万円(税込み)~200万円(同)

宮城県多賀城市の**東北テクニカルワーク** (<http://www.totech.jp>) が出展した耐震補強機器「剛心アーム」の模型に、機器の説明を求める来場者が人垣を作った。鉄製支柱とワイヤーを連結する独自の工法が展示の目玉。

販売代理店は現在、全国に約20件あり、1県1社設けるのが目標。展示会には「機会あるごとに出席してきたし、これからも出展していきたい。展示会はPRの絶好の場」(高橋利明社長)と、出展に意欲を見せている。

### 成約件数10件が目標

★出 展 目 的 :PR

★代表商品の価格 :30万円から150万円程度

東京・江東区新木場の**江戸川木材工業** (<http://www.edogawamokuzai.co.jp>) は、制

震装置のトップシェア会社。出展の目的は地震の揺れを20%から50%抑える装置「GHハイブリット制震工法」の販売促進。

8年前に日立製作所と共同開発したのを機に、住宅の耐震補強事業に進出。8年間合計で3,300棟の受注実績を上げる。同社減震部の早瀬則之さんは「4日間の会期中に10件の成約が目標です」と話している。

### 耐震補強の必要性をPR

★出 展 目 的 :PR

★代表商品の価格 :構造調査=200,000円(税別)

東京・世田谷区の匠(なる)建築(<http://www.naru.co.jp>)は会員50社で組織する「既存建物耐震補強研究会」の事務局を務める。出展目的は、「生活者に耐震補強を施せば、例え築40年でも古さを感じさせない建物になることを理解してもらうため」と、出展スタッフは説明する。

同社はパソコンソフトをベースとした耐震診断項目にない筋かいの挫屈、壁量不足などを構造調査するのが特徴。

### 自社製品と業界団体売り込む

★出 展 目 的 :個別相談とPR

★代表商品の価格 :「パワーウォール」(本体1セット)=120,000円(税別)

★そ の 他 :日本耐震防災事業団のPR

東京・板橋区のケアーズ・コーポレーション(<http://www.dsg.gr.jp>)は、阪神・淡路大震災を機に独自の耐震補強壁「パワーウォール」を開発、商社と工務店の2つの販売ルートで営業展開。

展示会では商品PRと並行して、小口悦央社長が理事長を務める会員800社の全国組織であるNPO法人「日本耐震防災事業団」の耐震相談を受け付ける。事業団の活動目的は、耐震プランナーの育成と広報活動。

