



TAKAHASHI 260号 INFORMATION

3.11 で変わった家作り お客様が今求めているリフォームとは

「ヒートポンプde省エネセミナー」(ほくでん主催)をまとめました。
講師は、一級建築士事務所 OfficeYuu の尾間 紫 氏です。
おま ゆかり



1. 消費者意識

<p>3.11 以前 エコに対する理解は広まっていたが、 実感がないので、どこか他人事</p>	➔	<p>3.11 以後 切実な問題としてエネルギーを考える。 しかも、社会全体が一体となって取組む</p>
--	---	---

2. 日本の暖房事情

北海道の場合

- ①12月・1月の室内の温度設定20℃以上が87% (北海道以外では20℃以下が70%)
- ②1人当たりのエネルギー消費量が多い。(核家族が多い)
- ③エネルギーの消費量は、灯油が大きい。
- ④エネルギー消費量の50%は暖房

3. 変わる暖房事情

92%が灯油の節約に興味がある。
省エネに取り組むチャンス

4. 変わる情報源

インターネットの利用は、
現在93.8%。15年前は3%。
匿名情報の信憑性は？



5. リフォーム情報と業者の選択

- ①インターネットからは、一般的な情報を得る。
- ②知りたいのは、適正な価格と、リフォームしたら、どれだけランニングコストが安くなるのか。
- ③信頼できるリフォームのプロに工事を依頼。
- ④ほんとうに信頼できるリフォームのプロから情報をもらいたい。



高橋興業株式会社
Tel 011-815-7000
Fax 011-815-7070
suisai-s4@galaxy.ocn.ne.jp

6. 建物や設備機器を売るのではなく、新しい暮らしを提案する！

リフォームする動機

- ①設備の悪化
- ②間取り・水まわりを替えたい
- ③高齢になった
- ④家族構成の変化



リフォームしない理由

不便・不満を感じない



情報不足、気づいていないだけではないか。
具体的にどう変わるかわからない。
もっとよい暮らしを知れば…



気づきをうながす。実感が大切。「体感」して「視覚」でみせる。
設備機器の解説をするのではなく、節約したお金で何ができるかを語る。(車を買うなど)

7. これからの家作りのキーワード

①家族の絆を深める間取り

例 1) 家族でお風呂に入る回数が増えた。1坪ではなく1.25坪へ

例 2) 「茶の間リビング」へリフォーム

椅子ではなく、床座+低いテーブル



家族が集まりやすく、ホームパーティーもしやすい。光熱費軽減。



②キッチンのオープン化

「作る」と「食べる」が近づく。作りながら食べる

③安全性を高める

地震でも壊れない建物、災害のあとでもそのまま自宅で生活できることが重要な要素をなってきた。