



# 金賞 グランプリ

▶ 広告主 大兼工務店 ▶ 制作者 滋賀県立大学 山田歩・藤木庸介・三輪あさひ

## ミニ新居

「新居完成のお祝い」として飛び出すカード「ミニ新居」をプレゼントし、希望者には「転居のお知らせ」としても使用できるようにした。顧客が、見込み客となる知人へブランド情報を発信してくれる仕組みだ。

### 顧客自ら知人に情報を発信する ソーシャルなDM

滋賀県東近江市の大兼工務店は、公共工事やビルの建設から、注文住宅の新築・リフォームまで、地域に根差したまちづくりや家づくりを行っている。地方の注文住宅市場では、クチコミや紹介が商談に結び付くケースが多い。特に既存顧客の知人や友人は非常に有望な見込み客であるため、大兼工務店でも、何とかそこにアプローチしたいと考えていた。

しかし、既存顧客から知人の情報を得て、直接アプローチするのは難しい。特に、工務店や住宅メーカーには、モデルハウスをのぞいただけで、何度も営業をかけてくるといった、マイナスのイメージがあることもハードルになっていた。

受賞した「ミニ新居」は、家を建てた時に発生する「転居のお知らせ」として活用してもらうことで、自然な流れで既存顧客から見込み客へとクチコミを発生させて、ブランドの認知向上を図る、「ソーシャルDM」として、滋賀県立大学・人間文化学部生活デザイン学科の山田

歩助教が考案し、山田研究室の学生である三輪あさひさんが完成させた。

「ミニ新居」は、カードを開くと、“飛び出す絵本”のように、家とそこに住む人が飛び出す仕掛けになっている。これはすべて三輪さんの手作り。建築中の住居のデータから平面図をパソコンで起こして型紙を作り、それを手作業で組み立てる。住人のイラストも三輪さんが写真を見て描いたもので、完全にオリジナルのここにしかないカードだ。

その「ミニ新居」を、大兼工務店は、家の完成記念として14組の顧客にプレゼントした。顧客からは、「ステキなカードをありがとう」「家に置いて自慢したくなった」などの声が寄せられ、ロイヤルティの強化が確認できた。また、14組のうち、「ミニ新居」を転居のお知らせとして使いたいと申し込みがあったのは10組。合計220名の知人に顧客が自発的にソーシャルDMを送ったことになる。家は大きな買い物なので、クチコミですぐに売れ始めることはないが、大兼工務店代表取締役の辻野宜昭氏は、「差異化の難しい注文住宅市場で、自然な形で当社ブランドの認知が向上し、お客さまとのいい関係を構築していけるようなコミュニケーションを今後も続けていきたい」と話した。



### 審査委員講評

一生に一度か二度しかない新築の家。そこに移り住んだ人が、知人に対して嫌味のない形で転居を知らせることができます。同時に、知人へのコミュニケーションになるというDMで、知恵を絞った素晴らしい作品だと思います。 恩蔵直人

何をすれば相手が喜ぶかを考え抜いたDMです。開けたくなるのを通り越し、飾って周りの人に見せたいアイデアは秀逸の一言。家という高価なブランドを、これみよがしな高級感ではなく気持ちの温かさとして成立させているのも凄いです。 小西利行

注文住宅完成時にお祝いとして施工業者からもらう二つ折りのカード。開くと手の中でミニチュアの新居が立ち上がる。その横には注文主のご主人と赤ちゃんの成長でお腹のつぶりが目立ち始めた奥様もにっこり。受取り手が心温まる最高のプレゼントです。「記念に飾っておこう」「友達にこのコトを伝えなきゃ」と思わせるお客さまの笑顔を追った秀逸な作品です。 指宿一郎



新居の設計図をもとに制作される「ミニ新居」。屋根や壁も実際の画像をベースに作られ、改良を重ねて制作。「新居完成のお祝い」として最初にプレゼントされる「ミニ新居」は大兼工務店のスタッフからのメッセージ付き。