

VILLAGE戦略

2022～2023最新レポート【号外】

失われてきた「リアル」を取り戻し、
住宅業界も新たな策に取り組むべき局面。
顧客をうみだす「認知」と「ファンづくり」。



2023年にオープンした各地のビレッジをご紹介します
雑貨店やカフェで集客し、コミュニティをつくり
そこから住宅を受注するビレッジをレポートします

case:1 **NEW** リベロホーム株式会社 / niwa to ki terrace / ESTINA河口湖

庭を使った『暮らし面積の広い家』。ショップを起点に情報発信。



2003年の創業、山梨県を中心に住宅の建築・設計やリフォームを手掛けるリベロホーム株式会社。同社が位置する河口湖周辺(富士河口湖町)は2020年以降、移住者の増加も多いエリアです。同社が外構事業に取り組み始めたのは2019年の事で「好みの住まいを探すツールがSNSやHPが主流となった今、似たような画像ばかり。こだわった家を建ててもその良さがお客様には伝わりにくく、自社の建築の特徴をどう発信していくべきかと悩んでいたところ、工務店やリフォーム会社向けに外構(エクステリア)デザインを提供するエスティナと出会いました」と語るのはリベロホーム株式会社の創業者の井出薫様(以下、井出様)。

ショップ事業と外構事業。 「庭のある暮らし」を提案をする。

エスティナで外構事業に取り組み始めた当初を振り返り、「庭は家の飾り程度にしか考えていませんでした」と語ります。WEB等を通じての情報収集が容易になったこともあり、注文住宅の顧客は特に間取りや面積、オール電化や高気密、高断熱、高耐震といった『機能性の価値』でのみイメージを膨らませてやってきました。



プレオープン時点では支援先ビレッジの中でもTOP 3に入る売上を達成。

でもそれに応えるだけでは顧客の想像がつく範囲内の住まいにしか出会えないという悩みを抱えていたそうです。エスティナとの出会いや付き合いの中から、お客様の『ウォンツ』、つまり『ほしい家』を言語化してあげることが大事と考えるようになり、改めて「庭のある家、庭のある暮らしとは何だろうか?」と真剣に考え、社内でもディスカッションするようになったと言います。商圏が自然豊かなエリアで、「わざわざ庭を作らなくても」という考えの顧客も多く、暗中模索する中、コロナ禍が大きな転換点となりました。リモートワークを導入する企業が増えたことで首都圏からの移住を考える人たちが増えたこと。また、ウッドショック以降の資材高騰もあって持ち家をあきらめるような相談が増えたと言います。「おうち時間が増えたことで、改めて家族が仲良く過ごせる住まいづくりを考えるきっかけになりました。床面積だけでなくお庭も含めた『暮らし面積』で考える事で、限られた予算でも欲しい住まいを提供できるよ

うになりました。」と井出様は語ります。庭で食事を楽しむ、読書を楽しむ、居心地の良い居場所を多くつくる。「機能的価値」だけでなく『情緒的価値』のある住まいづくりに、お庭はなくてはならないものになったそうです。

純粹想起。「庭が素敵な住まいづくりの会社」というリアルな情報を発信するビレッジ

同社が掲げる「暮らし面積の広い家」、「情緒的価値のある住まいづくり」を考えた時に、真っ先に思い出してもらえたい会社でありたい。「実店舗視察ツアー」で見た富山のビレッジは河口湖周辺よりも更に自然が豊かなエリアであるにもかかわらず、植物やお庭のある暮らしを提案する会社として広く認知され、住宅や外構の売上をのばしていたのが印象的だったそうです。同社がグリーン雑貨店「niwa to ki terrace」をブランドオープンさせたのは2023年10月末。新たに設立したniwa to ki株式会社がエスティナ河口湖として外構事業を展開しながら、店舗を運営します。住まいづくりのリアルな情報を発信しながら、ショップ集客から外構提案へと結びつけることも視野に入れています。オープン前から継続的に行ってきた認知活動をベースに、プレオープンを経て、順調に地元での存在感を示しています。

※インタビュー実施：2023年9月
※実店舗視察ツアーについては巻末をご覧ください。



niwa to ki
terrace
green & zakka

COMPANY / リベロホーム株式会社

URL: <https://liberohome.jp/>

創業者：井出 薫

所在地：山梨県南都留郡富士河口湖町

SHOP / niwa to ki terrace (ニワキテラス)

URL: <https://niwatoki.jp/>

運営：niwa to ki株式会社 / 開店：2023年10月

所在地：山梨県南都留郡富士河口湖町

路面店 / 商談スペース / モデルガーデン

GARDEN EXTERIOR / ESTINA 河口湖

URL: <https://kawaguchiko.estina-shop.net/>

運営：niwa to ki株式会社 / 開店：2019年6月

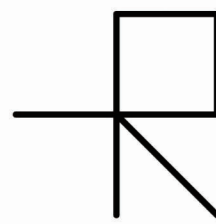


工務店 地元住人と移住者へ、豊かな暮らしづくりを提案する山梨県の工務店が取り組む雑貨店+外構事業。

お取り組み企業の業種が拡大中。様々な狙い、規模にも応えるビレッジ戦略。

リノベーション 賃貸仲介から売買、リノベーションへ。差別化と集客のビレッジ戦略。

競合が増える中、ショップで差別化。集客と認知。



Renoplus+

COMPANY / 株式会社ビジネスパートナー

URL: <https://renove-renoplus.jp/>

代表取締役：堂満 竜太

所在地：鹿児島県鹿児島市荒田

SHOP / Renoplus+ (リノプラス)

URL: <https://renoplus-green.shop/>

開店：2023年8月

所在地：鹿児島県鹿児島市荒田

路面店

GARDEN EXTERIOR / ESTINA 鹿児島中央

開店：2024年春 OPEN 予定



鹿児島県鹿児島市に位置する株式会社ビジネスパートナーは、リノベ不動産 鹿児島中央店として中古物件販売やリノベーションを提案する会社です。同社がビレッジ戦略に取り組んでグリーン雑貨店をオープンしたのは2023年8月のこと。代表取締役の堂満 竜太様(以下、堂満社長)にビレッジ戦略に取り組んだきっかけをお聞きました。

「設立は1990年で、私は2代目となります。それまでは賃貸仲介を中心にやっていました。血縁ではない先代の社長から事業を引き継いだのが15年前になります。賃貸仲介は単価が低く、マンションの売買取引が難しくなりましたが、年々ライバルが増えてきました」と語る堂満社長。もともと地域の方々との接点を持ちたいという思いを持っていたこと、差別化や集客のことを考えていたところで、ビレッジ戦略に出会ったそうです。



限られた店内スペースに並ぶ観葉植物。

「リノベーションを手掛けるようになって5年程で軌道に乗せたいと考えていた時期ですが、実店舗を視察するツアーに参加して福島のビレッジを視察させていただきました。『農耕型の営業』というキーワードが印象に残っています。ご自身も狩猟型の営業スタイルでこれまで実績を積んでこられたことが、顧客を育てるという考え、農耕型というところに、感じるどころがあったそうです。

オープン時から感じる手応え。 ショップとリノベーションのシナジー。

「ビレッジ戦略に取り組む前から、もともとグリーン、植物は好きな方でした。マンションの売買取引でリノベーションして再販しますが、もちろんデザイン性や機能性の向上ということもありますが、インテリアグリーンを入れると評判が良く、物件もあっという間に売れたという経験がありました」と振り返る堂満社長。観葉植物に加えて設備系の商材も並ぶグリーンショップ「Renoplus+ (リノプラス)」をオープンしてから約2か月。堂満社長にその感触をお聞きました。

SNSとの相性の良さ。 予想を超える物販売上。

「競合が増える中、ショップとしては差別化や集客に

case:2 **NEW** 株式会社ビジネスパートナー / Renoplus+ / ESTINA鹿児島中央

つながることが重要で、小売り単体でトントンなら良いと考えていました。でも想定の上をいく集客力と売上で驚いています。月商20万円程度と考えていた物販も100万円近く売上げています。」と、オープン時の集客だけでなくリピート客も多い点について「想定外」とお話しくださいました。「リノベーションして作った店舗スペースですが、目に見える形で会社の特徴を伝えています。スタッフのコミュニケーション力もさることながら、SNSとグリーンの相性の良さもあるのでしょう。Instagramのフォロワーも1か月半で1000名に届きます」と、認知拡大にもつながっているご様子で、地元メディアからの取材依頼も多いと言います。「ショップ来店客を相手に本業のアピールをするのは違うと思っています。事業も初年度は実売に1件でも結び付けば良いと思っていました。でもオープンして1か月少して1組、もう1組と引き合いがあります」と手応えを感じているご様子です。同社では2024年春を目途に、外構事業エスティナの立ち上げを予定しており、ビレッジ戦略を更に飛躍させていこうと考えているそうです。今後が楽しみなビレッジです。

※インタビュー実施：2023年9月
※実店舗視察ツアーについては巻末をご覧ください。



リノベーション会社らしく、マンションの1Fをリノベしてグリーンショップに。

case:3 **NEW** キタザワ産業株式会社 / UZU Garden / ESTINA 京都城陽



UZU Garden
公式Instagram



ビレッジのスタートに合わせてリノベーションした店舗のエンタランス

地元密着のリフォーム会社がじっくりすすめるターゲットチェンジ。

京府城陽市に位置するキタザワ産業株式会社は、50年以上の歴史を持ち、リフォームや設備機器の修理、施工などの幅広いサービスを提供しています。

2023年3月、同社はグリーン雑貨とカフェのショップ「UZU Garden」をオープンしました。この店舗は、建築士によってデザインされ、魅力的に感じられるモダンで洗練された外観となっています。この新しい取り組みにより、若年層へのアプローチを目指しています。

若年層にも届く、地元密着型ビレッジの魅力。

長年の歴史を持つ同社らしく、既存客（F3:50代以上女性）が多く来店していますが、徐々に地元の若年層への認知が高まっています。特にアルバイトの採用では、若干名の求人に対し100名近くの若年層からの応募があり、その人気がかがえます。

店内は、観葉植物や多肉植物、様々な雑貨があ



来店客もくつろげるモデルガーデン。

り、見るだけで楽しい気分になれる空間となっています。店長の北澤早江子さんは、「オリジナルスイーツやコーヒー、紅茶などのドリンクを、植物に囲まれて楽しむことができます」と話します。モデルガーデンはお庭や外構への興味喚起につながるもので、同社の外構事業の入口という側面もあります。

ビレッジ戦略の「地元密着型の営業」は、同社にとってピッタリの施策であり、今後も若手への認知拡大を進めていくことでしよう。

COMPANY / キタザワ産業株式会社
URL: <https://www.kitazawa-sangyo.co.jp/>
代表取締役: 北澤 秀明
所在地: 京府城陽市

SHOP / UZU Garden (ウズガーデン)
開店: 2023年3月
所在地: 京府城陽市
路面店 / 商談スペース

GARDEN EXTERIOR / ESTINA 京都城陽
開店: 2021年1月



観葉植物、グリーン雑貨が陳列される店内のカフェスペース。

VILLAGE 戦略セミナー オンラインツアー 実施中

2023年に実施された実店舗視察ツアーのダイジェストをまとめてお伝えするオンラインツアーを実施しております。ご参加いただくことにより、いっそう具体的な視点をもって2024年の実店舗をご視察いただけます。



ご都合の良いタイミングでご予約いただけます。
こちらのスケジューラーからお気軽にお申し込みください。

VILLAGE お取り組み企業 トップインタビュー

全国各地で既にビレッジ戦略にお取り組みされ、実績をあげている企業の経営者インタビューです。環境や狙いの異なる各社の取り組み方の中に、御社のお考えに近いものがあるかもしれません。是非ご参照ください。



YouTube ショートムービーリンク集
<https://village2020.jp/shopowner/>