

壁紙PR事業 壁紙発想の空間作り創出 イベント等で認知・意識向上を図る 需要の受皿も同時に整備

一般社団法人日本壁装協会は、生活者が住まいについて、先ず壁紙に目を向け、自分の好みに合った意匠の室内を創出したいとリフォームを意図するようになる社会の実現を目指し、壁紙のPRに全力投球することを決めていたが、この8月6日にはPR計画を策定する「壁紙サポーターズミーティング」を開催するなど、いよいよその異体的な作業に取り掛かった。壁協は続けて、壁紙販売・施工等の業界団体に需要の受け入れ体制作りを要請するなど、鋭意準備活動を展開している。

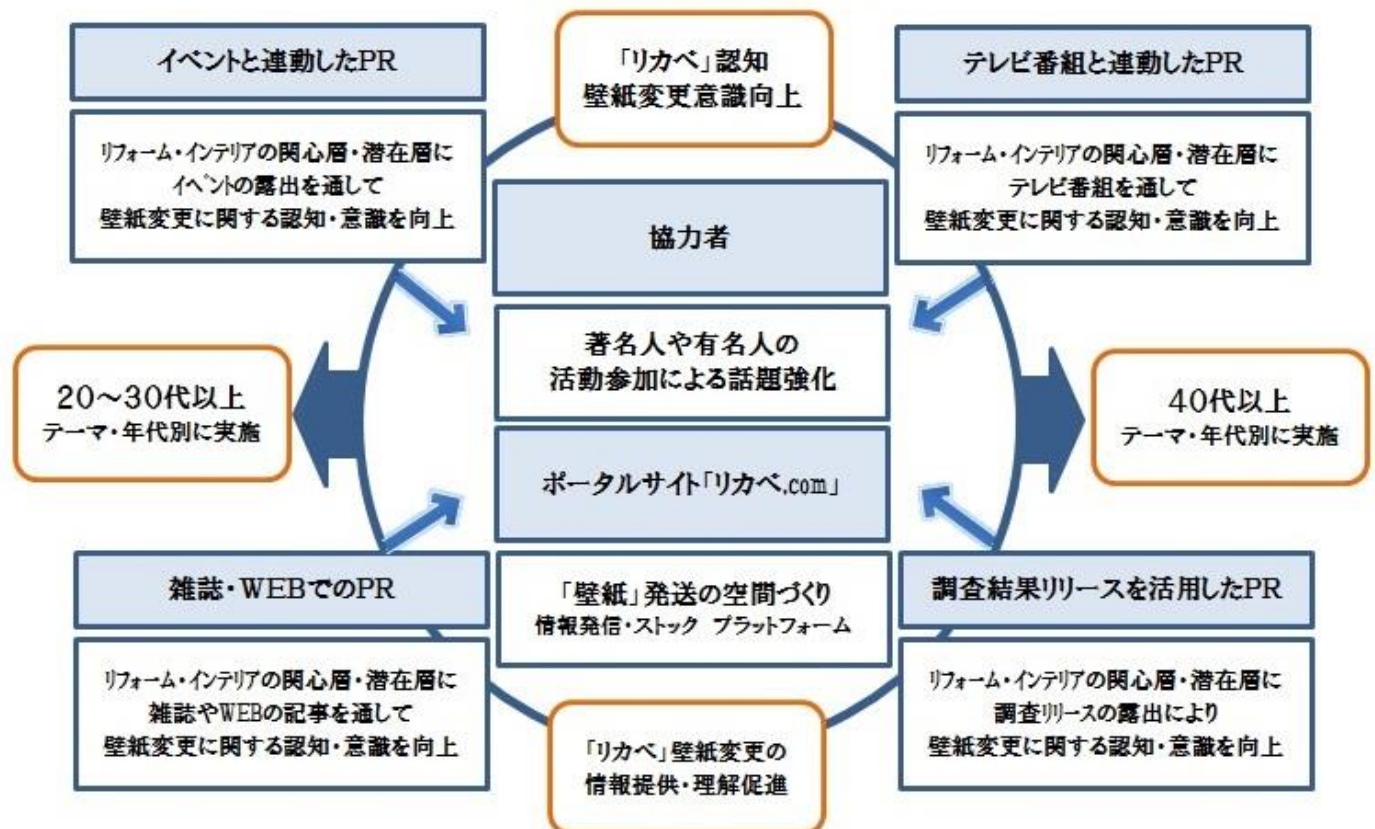
壁紙発想の空間作り

この事業は、昨年11月の壁紙の未来を考え行動する会で提案され取組まれることになったもので、去る6月3日開催の平成27年度定時総会で、事業計画、予算が可決されている。

総会提案の資料「壁紙の明るい未来にむけた広報・PR計画」によれば、事業の目的は、「壁紙の張替え」を普及促進させることとしている。そして、壁紙の現状について調査した結果では、理想の意匠の壁紙をイメージしている生活者も、実際に張替えた場合は「白系の淡い色・無地系のビニル壁紙」になっているケースが多い。その理由は、理想の壁紙にしたいが、壁紙に関する情報や相談する場所が無い。という業界の課題が浮かび上がっている。

そこでこの事業計画では、「情報と受け皿整備」～手軽に壁紙の情報に触れられる接点づくり～と、プラス、「壁紙ポジション向上の方向性」～『壁紙発想』の空間づくり～が最も生活者に必要な問題として取組まれるとしている。その成果は「住まいの空間を考える際、壁紙の優先順位を上げること」にあるとしている。

広告・PRの展開施策



話題のイベント開催

実際にどのようなPRが展開されるのかだが、やはり総会資料の、別掲「広報・PRの展開施策フレーム」でみるように、リフォーム・インテリアに関するイベントを開催し、それをテレビや雑誌等で報道されることを通じて認知度を高める。更に、著名・有名人の協力を得て、イベントやテレビ番組で壁紙変更に関する認知・意識の向上の普及を図る。壁協もこの問題のホームページを開設し、広く理解されるようにするなどが企画されている。なお、PR事業は11月18日か、12月8日頃には実施されることを見込まれているという。

生活者直結の産業化へ

この事業計画で予定されているPRした際に起こる生活者からの要望・注文を引き受ける「受け皿」作りだが、前記のように壁協は関係団体に協力要請を行っており、既に8月上旬には壁装施工団体との協議も行うなど体制づくりが進められている。ただし、壁紙業界は表具・襖等の需要対応では生活者と直結していたものの、壁紙・内装工事では需要先は建設業又はハウジングメーカー等で、生活者との折衝はごく稀なのが実体、関係施工業界は革命的ともいえる変革を遂げない限り、本当にスムーズな営業が行えるかどうか問題とされている。

建設関係産業は、国が平成18年6月に「住生活基本法」を制定以来、これからはリフォームの時代と位置づけられ、22年6月には2020年までに「中古住宅流通市場・リフォーム市場規模倍増」を閣議決定するなど、リフォームによる住宅の優良住宅化が基本の流れとなりつつある。

この中で、壁紙・内装業界は、その新しい流れを自産業に取り入れるかという点、実施は心もとないのが実態。壁協の今回のPR事業は、必然的に、その転換されていない業態体質を変革される契機になるものと期待されている。

8月6日サポーターズミーティング開催

壁紙の明るい未来に向けた広報・PR計画について、同事業を実施する広告会社「大広」と、壁装産業側から意見・注文を寄せてこの計画をサポートする「サポーターズグループ」との会合が、8月6日午前10時より壁協事務所で開催された。グループメンバーは、壁協会員の主に販売並びにショールーム等で、日常生活者に対応する経験が多い人で、かつ、若い世代の人々約20人ほどが選出され出席していた。

会合では壁協の本問題担当理事・相源氏が「壁紙需要が減少傾向の中、危機感をもって壁紙を中心としたリフォームを活性化させるための本事業の推進にお取組みいただきたい」旨あいさつした。続けて、大広担当者より、事業計画の目的や実施体制、広報・PRの考え方、注目されるイベントの実施方法等が説明された。

出席者はその各項について意見や感想を述べ、企画の充実に期待を示していた。

このようなミーティングは、引き続き実施することも確認されていた。

壁装新聞(第426号)より引用