

「ふるさと木材利用拡大推進事業」 県産木材イメージアップ戦略 プロモーションセミナー報告 ・平成27年11月14日(土)10:00～・アバンセ第2研修室



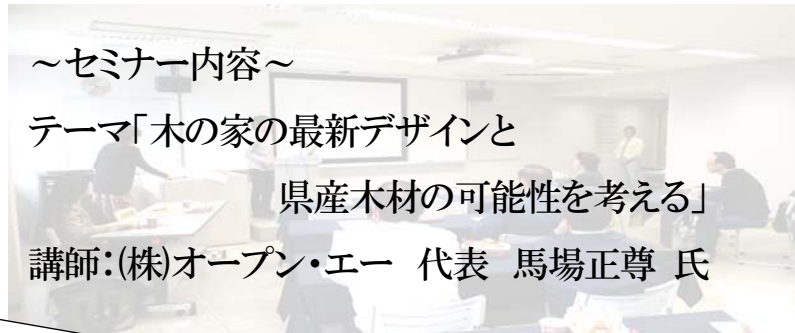
県産木材イメージアップ戦略
クリエイティブ・ディレクター
馬場正尊 氏

～セミナー内容～

テーマ「木の家の最新デザインと

県産木材の可能性を考える」

講師:(株)オープン・エー 代表 馬場正尊 氏



「単純に木造建築物は美しいし、カッコいい」
「建築家や大工・工務店が、いかに美しくカッコいい木造住宅を消費者に提案できるか」



“本当にエコな家はどんな姿をしているのか”
追い求めた結果は、日本の住宅のようなシンプルな木造住宅であった。
いかに、日本の住宅が優れているかが、わかった。
“海外と日本のちがいは”
日本では、木材が経年変化していくことを、どこか汚れていくようなマイナスなイメージを
建てる側も施主も持っている。(変化ではなく劣化)
海外(オーストリア)の住宅は、ファサードに木材を使用し、これが美しい。
木材が経年変化をしていく様(白くなっていく様)を“シルバーに変わる”という。
建築家も施主もそれを美しいという。
↑必要なのは、伝え方(プロモーションの方法)である。



参加者からの声(意見交換会)

- ・背景やストーリーを伝えることが大切
- ・甲子園の感覚を消費者に持たせたい
(地元の木を使う＝地域の山を応援)
- ・木造住宅は施主と共に生活していくことで、
個性が出てくる
- ・消費者に対してプロモーションの仕方次第

★まとめ★

キーワード①は“共感を得ること”

今の若い人たちは、感受性が豊かである。自分の個性を誰かに発信できる(伝える)ことができるSNS世代。この世代に共感を得ることで、一人一人が、発信し、共感の輪が広がる。

キーワード②は、“ふるさとの木”

県産木材に対して、より親しみを持てるよう、産地情報を表示(県産木材→ふじの木、いまりの木など)ふるさとの山に思いを馳せられるようにストーリーを考え、伝える

「佐賀県産木材」地産地消の応援団
ロゴマーク COMING SOON

今年度、応援団の皆様と一緒に考え、「佐賀県産木材」地産地消の応援団のロゴマークを製作をします。カッコいい、ロゴマークを製作し、2月のセミナーの際に、皆様に発表したいと思います。