

ウェブやアプリで潜在ニーズを顕在化 パイの奪いあいから市場自体の拡大へ

元、広告代理店の営業マンという異色の経歴を持つBETSUDA I Inc. TOKYO(ベツダイ東京支社)の林哲平CEO。これまで、異業種とコラボレーションした住宅の提案などを通じ、住宅業界に新たな風を吹かし注目を浴びてきた。その林CEOが今を力を入れる「Dolive」プロジェクトについて聞いた。

「LIFE LABEL(ライフレーベル)」「Dolive(ドライブ)」という2つのブランドを運営し、全国340社以上の住宅会社に加盟していただくまでに成長しました。

そして今、Doliveは住宅ネットワークという枠組みを超えた新たなプロジェクトとして、さらなる進化を遂げようとしています。

——まず、BETSUDA I Inc. TOKYOとはどういった組織が教えてください。

界に転職した時に自分の住みたい家がないことに問題意識を覚えました。性能の競争に一生懸命だけれど、デザインやライフスタイルを重視して家づくりを行なっている住宅会社はほとんどいない——。こうしたことから、ベツダイの本社とは別に、東京でデザイン、ライフスタイルを重視した住宅ネットワーク事業を立ち上げました。今では、

——最近は特に「Dolive」の事業に力を入れていますね。

Doliveはもともとリノ

ベーションの住宅ネットワーク

だったのですが、時代の変化と

ともに柔軟にその形態を変えて

きました。途中でリノベーション

だけでなく新築事業も開始し

ています。

まず、昨年、家をもっとカジュアルに楽しむためのウェブメディア「Dolive media(ドライブメディア)」を立ち上げました。様々な切り口で暮らしにまつわる連載を行っています。例えば、インスタグラムなどで素敵な暮らしをしています。あるいは、イン스타그램マーなどで素敵な暮らしをしている人の家を訪問しその暮らし方を紹介する「ようこそわたしの家」や、普通とは違った暮らし方をしている人を紹介する

TOKYOは、大分に拠点を構える不動産デベロッパーであるベツダイの東京支社で、私が2013年に立ち上げました。

以前、私は広告・PR業界に身を置いていましたが、住宅業

を重視した住宅ネットワーク事

業を立ち上げました。今では、



「ヘンテコ暮らし」、物業をアレンジして美味しく食べるレシピを紹介する「俺の三つ星★★★サボリ飯」暮らしの中の失敗談などを紹介する「教えて！失敗さん」といったものです。

Dolive media運営の大きな狙いは、住宅購入にあまり関心を持っていない人が、住宅購入に関心を持ってもらうためのきっかけ作りです。既に住宅購入を検討している人には

具体的な住宅情報を提供する必要があるですが、まだ住宅購入の意識が顕在化していない層に対しては、まず自分のしたいライフスタイルを思い描いてもらうことが重要です。

このため、Dolive mediaでは、暮らしに関わるコンテンツを通じ、自分のしたいライフスタイルを思い描いてもらったうえで、そのライフスタイルを実現するためにはどういった家が必要かというのをイメージできるようにするための動線づくりを行っています。

住宅の購入に関

心を寄せてもらうきっかけ作りのさらなる仕掛けとして、来春までのリリースを目指し、「Dolive Simulation (ドライブシミュレーション)」

ユレーション)も開発中です。これは、理想の家をスマホでシミュレーションできるアプリです。ユーザーは好きなテイスト・素材・カラーの建材を選び外観・内観を作っていくことができます。

開発でこだわっているのは、作業ではなく、「楽しい」と思えるものにする事です。ゲームのようにすることで、これまで家づくりに関心が低かった層の需要を掘り起こしていけると思っています。

——シミュレーションした後はどうするのでしょうか？

もし、シミュレーションした住宅を実際に建築したいという人は、住宅会社にシミュレーション結果を持っていき、それを元に住宅会社と検討を進めることができます。

持ち込み先の住宅会社はDoliveの加盟店が主になると

思いますが、そうでなくてもいいと考えています。Dolive Simulationで実現したいことは、あくまで、これまで住宅購入に対して意識が低かった人の意識を高めることです。シミュレーションを通じて自分の実現したい暮らしや住みたい家に気づいてもらい、住宅を購入するという事に一歩踏み出す人を増やす。そうすることで、住宅市場のパイを奪い合うのではなく、市場自体を拡大させていきたいと思っています。

新型コロナウイルスの影響で住宅業界の今後の見通しは決して明るいとは言えないでしょう。しかし、そうした中でも、Dolive mediaとDolive Simulation

といった新たな取り組みを通じて、少しでも住宅を購入して理想の暮らしを実現したいと思える人を増やすことで、住宅業界を盛り上げていけたらと思っています。(聞き手〓佐々木政史)