

## ■「設計士、デザイナー、インテリアコーディネーター等との交流事業」

上期に予定しておりました設計士等との交流事業を7月10日、実施いたしました。

開催日時 7月10日 金曜日 14:00~17:00

場所 株式会社トミタ tomitaTOKYO

出席者 ゲスト: 網村 Color Design Firm・辻 HARU Interior Directions inc.

紗杜 Acanthus・川原 Kappa 研築工房

当会より 前田・鈴木・富田・松沢・椋田

当会にて主事業として推し進めています「高品質紙普及に関する事業」の一環として、本年度はデザインの選定・指定の川上にいる設計士等に商品の紹介、施工問題等に関する情報・意見交換の場として開催していきます。

### ご意見概要

- 直近の壁紙事情
- ・アクセントクロスへの需要は増え、定着もしてきている。しかし「住宅を転売する際資産価値が下がるのでは…」 「賃貸に出す際アクセントは嫌われるのではないかと危惧する方もいる。
  - ・デベロッパー主導の分譲、販売などが先行しインテリアデザインを中心とした家づくりは後回しになっている。
  - ・国内壁紙メーカー各社のカタログは、似たようなものが各社3冊程度あり、小さなカタログでも1冊/100点もあるが、そこまで必要か？

### 高デザイン・機能壁紙

- ・過去の商品群の中にも現在でも新鮮さを感じる壁紙も数ある。良いものを求めている方々も一定層いるのでいろんな壁紙を出してほしい。
- ・コスト、生産性優先で各種素材やデザインに対応した製造設備そのものが廃棄されてきているのが製造メーカーの現状。
- ・良いものに高プライスを付けると流通している見本帳に掲載されない(見積りみの簡便さから一定の価格(1000円以内)が主流の構成となっている)
- ・職人さんから機能性壁紙はクレームが出やすい、またデザイン性の高い壁紙は施工生産性が低いので”触らない”。

### 上手にエンドユーザーに商品情報を届ける

- ・メーカーの発信情報が届いていないと思う。業者向けではなく、エンドユーザーに届ける情報発信(例えば SNS の活用)が必要ではないか。
- ・一般の見本帳は“ゼネラルスタンダード”、ツール、発信方法を工夫してもっと豊かな壁紙の発信を。

### まとめとして

- ・「エンドユーザーに知って頂くことが大事」  
既成に縛られず一緒に頑張りましょう。

交流会の様子

