

日本ホームステージング協会主催「ホームステージャー交流会」開催
第1回ホームスーティングコンテスト表彰式で
空き屋・中古住宅再活用で効果大のホームステージング事例4件が入賞
ホームステージャートークセッションでは
ホームステージングの成功&失敗事例から海外比較まで話題が発展

お片付け・掃除・インテリアを含めたトータルコーディネートで住宅を魅力的に演出し、中古住宅・空き家の効率的な流通に役立つ「ホームステージング」の認知と普及を目指す一般社団法人日本ホームステージング協会(東京都江東区/代表理事:杉之原富士子)は、2016年12月6日(火)に、ホームステージャー交流会を東京国際フォーラムで開催しました。ホームステージャーがビジネスチャンスや専門知識を広げること、企業や関連分野の専門家との交流ができることを狙いに企画したもので、ホームステージャーや関連企業を含め約90人が日本全国から出席しました。

代表理事、杉之原は「ホームステージャーの人数が今年に入ってから急増し、企業からの依頼や、地方からの相談などの具体的な案件が格段に増えています。ホームステージングは売買物件だけでなく、公共施設や商業施設でも可能ですし、居住中物件では片付けや掃除そのものも含めた演出がホームステージングになります。ビジネスの事例では例えば、ホームステージングに欠かせない「家具の手配」に際しては、物流会社の力が生かされます。もっと幅広い分野の企業が参入できる可能性があると思います。今後は、協会に寄せられる多くの事例を蓄積し、データを集計してビジネスに役立つ情報として提供し、ホームステージングの業界標準を目指したい」と述べました。

当協会は日本の住宅事情に合ったホームステージングを体系化し、売買物件だけではなく、居住中の物件や公共施設、商業施設も含めた幅広いホームステージングを行えるホームステージャー育成に力を入れています。空き家をはじめとする中古住宅の効率的な流通が課題といわれる中、ホームステージングが一つの解決策になると考えて、ホームステージャー認定講座を毎月日本全国で開催し、ホームステージャー支援の取り組みも行っています。

今後は、ホームステージングに関する事例を地域ごとと物件ごとに集計して、ビジネスに役立つ情報として提供し、ホームステージングの業界標準を目指してまいります。



表彰式の様子

左から:代表理事杉之原、準グランプリ前田様、
グランプリ田中様、準グランプリ小塚様、審査員特別賞加藤様



トークセッションの様子

左から:協会監事鶴沼、ホームステージャー佐藤様、戸塚様、
三上様、特別ゲストリフォーム産業新聞金子編集長

(ホームステージャー交流会 実施概要)

●日時と会場 2016年12月6日(火) 15:00～、東京国際フォーラム

●プログラム

- ・ホームステージング最新動向、協会活動報告
- ・ホームステージングコンテスト表彰式
- ・ホームステージャートークセッション
- ・国土交通省講演
- ・LIXIL住生活ソリューションよりホームページ作成ツール案内

●来場者 88名(ホームステージャー50名、企業関係者38名)

(第1回ホームステージングコンテスト表彰式について)

表彰式では入賞作品4件のホームステージング事例のビフォーアフター写真を展示しました(応募総数20点、審査通過・一般投票14点、投票審査で4点を選出)。本コンテストは、エピソードに背景やコスト、家賃の効果などが明記されているのが特徴です。代表理事、杉之原は「コンテストのエピソードはどれも素晴らしくホームステージングの効果が出ていることが実証された」と述べました。ホームステージングコンテストは、ホームステージャーの仕事内容を広く一般の方に知っていただくために企画しました。



コンテスト受賞作品を見る出席者

次回コンテストは2017年3月から募集開始し、協会を象徴するイベントとして今後毎年開催する予定です。入賞作品は別紙の通りです。

(トークセッションについて)

スピーカーからは、ホームステージングの経験談を中心に、主に次のようなコメントがありました。

・日本では、中古住宅をできるだけ安くして買おうとするが、ヨーロッパや北米ではホームステージングが当たり前になっている。素敵に演出して素敵な住み方を考えて買った方がよいと思うが、日本ではそれが浸透していないので、良い物件でも売れないこともあり勿体無いと思う。

・1年以上売れなかった物件が3ヶ月で売れて、ホームステージングの力を実感した。ホームステージャー1級講座も受けて、荷物の物流、保管の仕方を学んだ。実際の物件での家の演出は、お客様の荷物を保管、移動したり、ある時は廃棄したりする。ホームステージングは物流と関わるが多いため、インテリアコーディネートの知識だけでなく、物流の知識やノウハウが大事である。

・アメリカで中古住宅を購入した人は、7割がホームステージングされていて、空室を見るよりも楽しく選びやすかったと言っていた。日本では通常は空室だが、それでは売れにくいのは現実としてあるだろう。買取再販の会社が、他社との差別化で、売れなくなると家具を入れると言う事例がある。一工夫するだけで、ビジネスが回っていく現状がある。これからホームステージャーと組んでやっていくことも多くなるのでは。

・どこまでがホームステージングの報酬になるかは線が引きにくく、物件、案件によって違う。地方では「ステージング」自体が理解されない現状があるため、画像や資料で見せていくことから始めている。

・ホームステージングをしようすると、北米やヨーロッパより日本の方が価格が高くなってしまいう傾向がある。協会では、家具を安く入手できるサービスあるので役立っている。

※スピーカーのコメントを編集、要約しています。

ニュースリリース(報告)3/4 資料編

一般社団法人日本ホームステージング協会

(入賞作品)



グランプリ 田中 正彦さん (Salt Staging & Design ホームステージャー) ホームステージャー1級

OSAKA01

(提供 新開興産株式会社 シンコーメゾン扇町)

大阪北区にある賃貸マンションです。毎年3月の引っ越しシーズンで3月下旬に出て行かれる方がいらっしやり、4月以降5～8部屋程どうしても空き部屋になってしまい、入居者がなかなか集まらないという状況が毎年ありました。3月末からその空き部屋の一つをホームステージングしたところ、4月に5～6部屋契約が決まりました。そして、そのホームステージングセットは現在他の物件で転用中です。



準グランプリ 前田 大樹さん(株式会社 中央住宅 マインドスクエア事業部)ホームステージャー1級

御園浦和ステージング

この物件のある分譲地は全91棟の非常に大きな分譲地でありながら、本物件は中でも価格帯が高く、個性的な造りをしていく為に、中々お客様がイメージをするのが難しかった所を如何にして、魅力的にするかを考えました。プランにあたり、一番のネックは室内にも関わらず、外壁用の天然石素材を使用したダイニングの壁面を如何に見せるか？でした。今回、コンセプトとして一般的にはあり得ない状態素材を使用した室内を如何にして自然にかつ魅力的に見せるかという事に注力をして、ビンテージ調の家具小物を揃えると共に壁沿いに大きなスタンド照明を置いているのが特徴的です。

この照明はこの物件における一番のフォーカルポイントとなります。

大きな照明を壁面に沿って置き、点灯させることで陰影が生まれ、天然石の凹凸が自然と空間に馴染むように工夫されており。また、生活していて壁面に家具や小物が負けない様に、濃い色の物を使用しております。個性的な物件でありながら、完成オープンした際には売出前で有ったにもかかわらず、お客様の「どうしてもこの物件に・・・」、「このステージングが施された物件に住みたい。」という熱意に圧され、急遽ではありましたが、販売を行いました。

この販売の日は、ステージングが完成した2日後の事でした。ステージングをしたからこそ、お客様はこの物件に住みたいと思ってくれたと担当の営業担当者からも言われました。(以下省略)

ニュースリリース(報告)4/4 資料編

一般社団法人日本ホームステージング協会

(入賞作品)



準グランプリ 小塚陽子さん(有限会社アルテシテ)ホームステージャー1級

カッコイイ リビング

BEROFEの会話 妻夫「引っ越して1年、なかなか片付かないんです。新居のホームステージングもしていただけるのですか」 夫「ゴージャスでカッコイイ雰囲気がいいなあ」 妻「ギラギラ、キラキラの感じではなくって、、、スッキリ過ごしやすく」 妻夫「どうしたらいいかわからなくて」

AFTERの会話 妻「こんなに変わるんですね」 夫「イメージ通り！」 夫妻「やっぱりホームステージングして正解だったね、大満足です」



審査員特別賞 加藤 隆さん ホームステージャー1級

作品1

この物件は自分が所有している築53年のアパートの一室です。
業者には4.5畳半の和室の床を張り替えと押入れの中段撤去のみ依頼し、他はDIYしました。
現在、このアパートはシェアハウスとして運営しており、個室は家具家電付きで貸しています。

このステージング+簡易リフォームにより2.5万円から7.1万円(光熱費、共益費込み)に家賃を改訂し満室状態が続いています。