

## インスタフォロワー数7.3万人超え！人気工務店のSNS戦略とは。

LIXILメンバーズコンテスト2022で準グランプリに輝いた大阪府のひかり工務店。敷地面積620㎡、3世帯が心地よく暮らすための工夫が随所に光る受賞作「layer」は、SNSでも広く注目されています。インスタグラムのフォロワー数は7.3万人（2023年7月現在）と去年から倍増、コロナ禍を機に始めたというYouTubeも話題の工務店、その経営手法とは？代表取締役社長の清水洋人さんと受賞作の設計を手がけた原田隆広さんを直撃しました！

#LIXILメンバーズコンテスト #SNS戦略 #ファンマーケティング  
#ソーシャルリクルーティング



大阪府／株式会社ひかり工務店  
代表取締役社長 清水 洋人さん(右)  
統括マネージャー 原田 隆広さん(左)

## 価格帯は3000万円から3600万円へと成長

これまでもLIXILメンバーズコンテストには毎年応募しているというひかり工務店ですが、2019年に地域優秀賞、2022年には準グランプリを受賞、ベストプレゼンテーション賞も受賞されました。当日のプレゼンテーションをされたのは、設計を担当された原田隆広さんです。

「設計事務所とかだといろいろ設計のコンペがあつたりしますが、工務店がこのような形で賞をいただく機会って世の中にあんまりないんですよね。工務店はデザインの良し悪しで評価されることがあまりないなと思っていたので、このLIXILのコンテストは腕試しじゃないけど、自分たちがどこまでできるんだろうみたいな興味もあって応募するようになりました。今では毎年、社内の企画推進部で期限を切って皆で参加しています」

受賞できずに悔しい思いをするのもまたよりよいものを目指す家づくりのモチベーションにつながっているといいます。

前回の受賞作は大阪の住宅密集地で年間を通した快適な採光計画に成功した33坪弱の物件でしたが、今回の受賞作は188坪弱の広大な土地を活かした住まい。住宅街にありながら、お施主さまのご要望だった森の中で暮らすような住空間を形にしました。



LIXILメンバーズコンテスト2022準グランプリ受賞作「layer」  
外壁はコンクリートと木材を組み合わせることで圧迫感を軽減しながら、自転車を置くスペースなども確保し、生活感を上手に隠している

造園家の荻野寿也さんとタッグを組んでつくられた中庭を囲むように、三世帯が暮らす家。ほどよく配された緑はお互いの生活圈や外からの視線を上手に逃し、外部に設けられたピットリビングは休日にバーベキューなども楽しめる場となっています。



リビングから続く外部のピットリビング。心地好い景観をつくっている樹木は隣のマンションからの目隠しにも

バスケットボールが趣味というお施主様のために設けられた“体育館”があるのも大きな特長です。2m掘り下げてつくったことにより、気になる音や振動も軽減できました。



近隣を気にせず思う存分バスケットボールが楽しめる半地下の“体育館”も造設

この受賞作と同時期に手がけた大規模なお宅が実はもう1邸あり、その2邸を自社の公式Instagramで紹介したところ、かなりの反響が。2022年9月には2万8千人ほどだったフォロワーが、6.2万人（取材時）へと倍増したそうです。

「物価が上がっていることもありますが、平均価格帯としては去年が3000万円ほどだったのが来期は3600万円くらいになっています」と原田さん。もともとのフォロワー数の多さもさることながら、掲載する家のインパクトによってさらにフォロワーが増え、目にする方が増えたことで、実際の売り上げにも変化が生まれているようです。

## コストをかける優先順位づけで設計にメリハリを

問い合わせをいただくお客さまの動機は、インスタなどを見て来られるケースが多いこともあり、「カッコいい見栄えのいい家を建てたい！」というのが一番多いという原田さん。しかし、お打ち合わせではZEHの取り組みについてなど、機能的な部分の啓蒙にも力をいれています。

「実際に来ていただいて僕らがお話しするのは、断熱のこともしっかり考えましょうということだったり、パッシブデザインで考えるとこれだけ快適な家になりますよとか、明るい未来のためにもしっかり資金計画を立てましょうとか。デザインとはまったく違う話をずっとし続けて、お客さんの信頼を勝ち取っていくというのが営業スキームなんですよ」

続きの記事はこちら ▶ [https://mpage.biz-lixil.com/glt\\_lmc2022\\_voice15.html](https://mpage.biz-lixil.com/glt_lmc2022_voice15.html)

