

『愛犬家住宅市場セミナー』

(株)ワンオンワン

■ なぜ愛犬家なのか？ その前に…

- ☆ ピーク時の3分の1にまで減った新築着工件数→リフォームが主戦場に～競争が激化
- ☆ 人口動態を背景とした構造的問題による市場の縮小が原因
- ☆ 市場規模の拡大傾向が続く「愛犬家市場」に着目

■ 愛犬家住宅市場とは…

- ☆ 主に室内で飼育する世帯が73.3%に増加していることでさまざまな悩み、問題が発生
 - ・大半が愛犬との住まいに工夫が必要と思われ、犬に詳しい人のアドバイスを求めている
 - ・「住まい」で改善したい点は、「床の滑り」「キズ・汚れ」「ニオイ」～三大お悩み
- ☆ 愛犬家住宅市場での営業面のメリット
 - ・セグメントマーケティング
 - ・明確な営業攻略ポイント
 - ・コミュニケーションのしやすさ、接点機会の豊富さ
- ☆ 市場の概況
 - ・国内の飼育頭数1,153万頭、二人以上世帯の飼育率24.1%
 - ・非飼育世帯の内、4割以上が飼育希望～潜在予備軍
 - ・年代別飼育率～50代以上が急増「子供が巣立ってさびしくて…」リフォーム世代と合致
- ☆ 愛犬家の魅力は消費購買力
 - ・年収が上がるにしたがって飼育率もアップ
 - ・愛犬家=高価格商品が提案できるお客様～富裕層マーケティング
- ☆ 愛犬家ならではの訴求ポイント
 - ・住宅エコポイントの提案方法
 - ・震災後の提案方法
- ☆ 愛犬家市場のまとめ
 - ・市場規模が大きく、ニーズが明確で、的確な対応ができれば歩留まりが高く、購買力を背景に単価アップが見込まれ、満足すれば紹介が獲得できる。
 - ・独特の悩み課題を抱えるお客様層に対して真摯に向き合えば着実に売上拡大に

■ 愛犬家の願い～いつまでも健康で長生きしてほしい

- ☆ 獣医師のコメント
 - ・増加する皮膚疾患と関節疾患、特に関節疾患は最大の問題
- ☆ 代表的な関節疾患
 - ・膝外骨脱臼、股関節形成不全、椎間板ヘルニア

■ 愛犬家住宅を取り巻く環境の変化

- ☆ 住宅メーカーの動き
 - ・ほとんどのハウスメーカーが「ペット共生」をテーマに取り組み
- ☆ 建材メーカーの動き
 - ・愛犬家向け商品展開
- ☆ 日経「住まいのリフォーム博」、「リフォーム&インテリア」では主催者企画として定着化