

# エス・バイ・エル株式会社

## 新ブランディング戦略記者発表会



エス・バイ・エル株式会社

平成20年4月16日

## ブランディング宣言発表の背景



耐震偽装問題・改正建築基準法・土地価格の上昇・資源高・サブプライムローン問題、など逆風が続き、予断を許さない住宅市場。

コモディティ化が進む住宅マーケットにおいて、競合他社が模倣できない資産を築いていくことの必要性。

最も歴史の長いハウスメーカーとしての伝統と、近年築き上げてきた資産を整理・明確化し、住宅業界において確固たる独自のポジションを築いていく絶好のタイミングと判断。

# SXLのブランドの6要素

エス・バイ・エルのブランドについては6つのポイントを「要素」として集約し、更に目指すところを具体的な言葉として表現していきます。

ブランディングの根底となるものは、エス・バイ・エル創業者である小堀林衛の「住まいの哲学」です。

エス・バイ・エル創業の精神は、ブランディングの根底となるものだと確信できたのです。



ブランディング



# ブランディングのバックボーン：住まいの哲学

創業者小堀林衛は昭和の戦後の復興が進むなか、「人間の心の豊かさを育むのは、住環境であり、住まいそのものに潜んでいる機能にある。日本の再建は、国民の住まいからだ。」という思いの下、当社を設立しました。私たちは今一度この創業者が会社を興した時の情熱、そして「住まいの哲学」の精神を思い起こし、原点に経ち返る必要があると思ったわけであります。



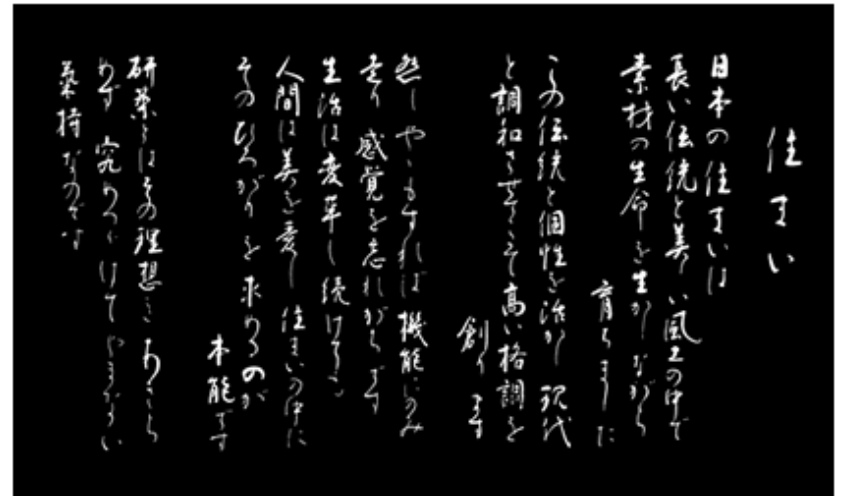
日本の住まいは  
長い伝統と美しい風土の中で  
素材の生命を生かしながら  
育ちました

この伝統と個性を活かし現代  
と調和させてこそ高い格調を  
創ります

然しややもすれば機能にのみ  
走り感覚を忘れがちです  
生活は変革し続けても  
人間は美を愛し住まいの中に  
そのひろがりを求めるのが  
本能です

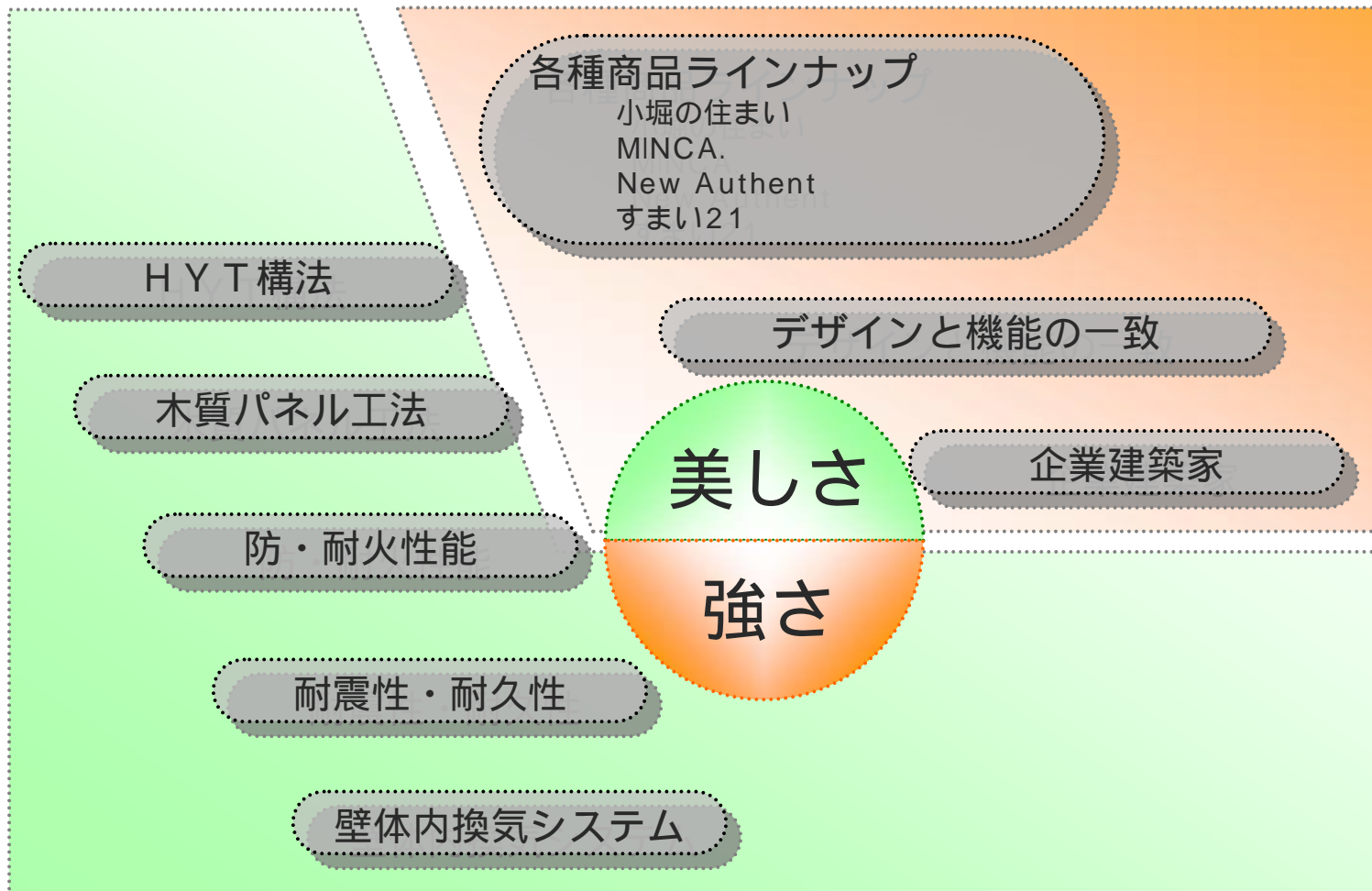
研築はその理想をあきら  
めず究めつづけてやまない  
気持ちなのです

## 住まい



# エス・バイ・エルの強み

「エス・バイ・エルの最大の強み」：「強さ」と「美しさ」



## 「強さ」と「美しさ」が目指すところ

「日本の風土がきたえた、強くて美しい住まい」を実現する会社で在り続けたい。

### 強さ

- ・日本の気候・風土に最適な機能を備えている
- ・世代を超えて安心と満足のゆく住まいの提供
- ・真面目・信頼できる
- ・自然素材の生命を生かし、安心と優しさに包まれた上質な木の住まい

### 美しさ

- ・日本の伝統・感性を継承し、美しい住まいを提供し続ける
- ・和をアクセントとしたシンプルでモダンなデザイン

## 真面目、信頼できる

### 込められた意味・背景

お客様と長いおつきあいをしたい。お客様と共に歩いていける会社になりたい。

お客様には“安心”と“満足”を提供し続ける会社と思ってもらいたい。

お客様からは“信頼”を得たい。

信頼される品質を提供し続けていると広く認めてもらいたい。

自信を持って、「私の住まいはS X Lで建てました」と答えてもらいたい。

住まいの事なら「まずS X L」と思われるようになりたい。

ブランディング6要素の2<ブランドエッセンス>

SXLは「何」を顧客と約束するのか・・・

## 世代を超えて安心と満足のいく 住まいの提供

込められた意味・背景


耐久性、耐震性が高く、安心の住まいを提供している。

省エネ性、快適性、美観の優れた住まいを提供している。

プラン提案力に裏付された飽きのこないデザインで多くのお客様が満足感を得ている。

強さと美しさを兼ね備えた、多様な世代に長く愛される住まいが提供できる。

ブランディング 6要素の3<ブランドヴィジョン>  
マーケットで果たそうとする夢とは・・・



## 日本の伝統・感性を継承し、 気候・風土に最適な機能を備えた 美しい住まいを提供し続ける

込められた意味・背景

地震が多い、四季がある（気温差があって結露が発生しやすい）という日本独特の風土において、最適な住まいを提供し続けている。

“和”の感性を大事にしている。

常に先進的で優れたデザイン、個性的なデザインを開発し続けている。

“木”にこだわっている。“木”を進化させている。“木”を知り尽くしている。

耐久性、省エネ性、快適性、美観を兼ね備えた住まい。

ブランディング6要素の4<ブランドアイデンティティ>  
SXLが求めるお客様からの印象とは・・・

伝統・個性・先進性の調和  
自然素材の生命を生かし、  
安心と優しさに包まれた上質な木の住まい

込められた意味・背景


住まいに対する並々ならぬ哲学を掲げて創業した歴史のある会社。

伝統と個性を活かし現代と調和させ、高い格調を持った住まいを提供している。

常に先進的な優れたデザイン、個性的なデザインを開発し続けている。

“木”にこだわっている。“木”を進化させている。“木”を知り尽くしている。

ブランディング 6要素の5<ブランドイメージ>  
商品で表すSXLのブランド表現は・・・



## 「和」をアクセントとした シンプルでモダンなデザイン

込められた意味・背景

和の感性を常に意識している。

シンプルで飽きがない長く引き継がれるデザインを追及する。

日本の伝統的デザインをアクセントとし、そこに先進性を加味したモダンなデザインを追及する。

# ジャパニーズ・モダン宣言

## 込められた意味・背景

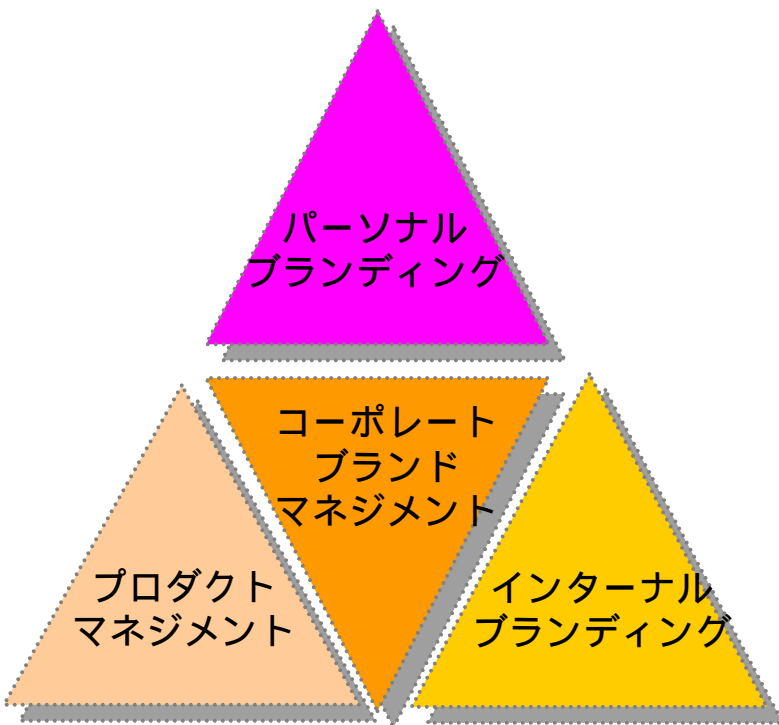
日本の風土、気候になじみ、和の感性をいつまでも伝え続けることができるモダンでシンプルな美しい住まいを提供する住宅メーカー。

“宣言”という単語に新たな出発への意気込みを込める。

# ブランディング戦略

## ～ 4つの領域に分けてマネジメント

### 4領域でのシナジー効果を追求



#### マネジメント項目

##### <パーソナルブランディング>

『お客様の満足・安心』『お客様からの信用・信頼』を最優先とし、お客様と共に歩んでいける会社を目指します。

##### <インターナルブランディング>

従業員一人ひとりが企業ブランドそのもの、との考えの下、組織・従業員の潜在力を引き出します。

##### <プロダクトマネジメント>

マーケットニーズへの迅速な対応を行ないます。

##### <コーポレートブランドマネジメント>

SXLファン（共感者）の増大と維持のマネジメントしていきます。

#### 具体的なアクション項目

顧客満足度1位の追求

- ・顧客アンケートの改訂
- ・CS委員会運営の強化
- ・住宅プロフェッショナルサービスの強化
- ・品質管理体制の再見直し

従業員へのブランド価値の浸透 / モチベーションアップ

- ・インターナルブランディング活動を通じた従業員のコンタクト活性化
- ・目標評価制度改訂
- ・人事制度改訂
- ・ブランディング委員会

開発体制の強化

- ・年4回以上の新商品リリース・既存商品リニューアル
- ・美しく耐久性に優れた長寿命住宅に関する研究開発の推進

マーケットのデザインリーダーの追求

- ・設計社内コンパの開催
- ・SXL住宅設計コンパの復活（検討中）

対 消費者

- ・「ジャパンニーズ宣言」を核とした積極的な広告宣伝活動の推進
- ・モーター制度の活用
- ・紹介営業の強化

対 学生・ビジネスマン

- ・採用活動方法の見直し、採用ツールの改訂

対 株主

- ・IR広報体制の拡充

## 今後のプロダクト戦略

「和」をアクセントとしたシンプルでモダンな商品を随時投入（年間4回ペース）  
第1弾としての「光風」の発表

### 日本の気候風土に最適な新構法への取り組み

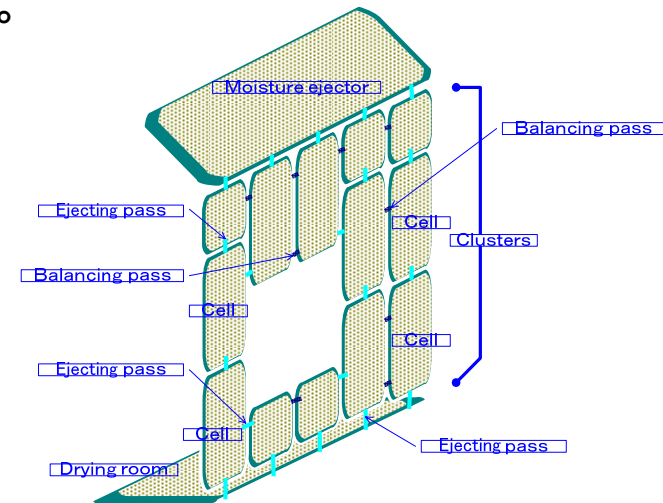
木質パネルによる「硬くて」「軽い」構法を開発中。  
100年に一度の超大地震に耐えることができる建物は、  
“地震力を受けにくい固有周期の小さな”構造を実現。

### 世代を超えて耐久性を保証できる技術への取り組み

壁体内換気システムの性能アップ

壁体内換気を活用した劣化診断システムの導入

半永久的な乾燥状態の維持を実現



< お問い合わせ先 >

エス・バイ・エル株式会社

IR広報企画グループ : 西中、永吉

〒530-6005 大阪市北区天満橋1-8-30 OAPタワー-5階

TEL : 06-6242-0558 FAX : 06-6881-5510