

動画配信で地域工務店PR

バーチャル住宅展示場運営

GAZ A による、地域地帯的な家づくりの志向の増加を追い、地元の風土に合った家づくりが特徴だが、総合展示場への出展やテレビ

GAZ A

インターネットを使って

たバーチャル展示場「住宅展示場GAZ A」を運営している。現在、中京エリアをはじめ全国の地域工務店約40社が会員となっており、各工務店のモデルハウスや建築事例の建物を、高画質・高音質の動画でPRしてい



GAZ Aによる工務店の動画配信

BCMといった手段をもつ大手ハウスメーカーに比べて一般の認知度が低いのが共通した悩み。住宅展示場GAZ Aは、低コストで24時間利用できるインターネットを媒体とし、0秒の動画配信を軸に、各工務店の家づくりの特徴やアピールポイントを紹介している。サイトでは和風・洋風といった住宅タイプや地域別に検索し、希望に合った工務店を断片的に探すことができる。

GAZ Aはポータルサイト（入り口）であり、地主層が住宅情報を検索する際に、「地域工務店の情報に通り抜けてもらう」の★

★が主目的。詳細な説明は、直接要られたリンク先の各社HP（ホームページ）が受ける。また、木材・建材販

売店などの協力企業とHPの作り込みや情報の連携を強め、PRと合同広告を進めていく方針だ。

化が課題」という羽生社長