

水まわりのリフォーム、
ホーロー製ってそんなにいいの？
なら見に行かなくちゃ！

[課題]

ホーローの価値を伝えリフォーム世代が
ショールームに行きたくなるアイデア

水まわりって、大切だから
Takara standard

Takara standard

ホーローの価値を伝え、リフォーム世代が
ショールームに行きたくなるアイデア

独自素材「高品位ホーロー」商品が良い

ただ、ホーローと聞くと鍋をはじめ割れやすい印象を持っていたり、水回りで使う選択肢を持っていなかったり、生活者との認知のギャップがある。

特徴

- ・ 汚れが染み込まない
- ・ 傷に強い
- ・ 湿気に強い
- ・ 熱に強い
- ・ ニオイが付きにくい
- ・ 木槌で叩いても壊れない

水や汚れ、ニオイ、熱などに強い特徴で暮らしの快適に貢献

キッチン扉・キャビネット



浴槽・浴室パネル



洗面キャビネット・ボウル



まずは生活者に目を向けてもらう入口をつくり、特徴/強みを知ってもらう。

40~60代の中年男性

だんだん「おじさん」になっていくことに少し悩んでいる。

- ・自分ではわからない加齢臭や汚れ
- ・職場での振る舞い
- ・たまに言ってしまう親父ギャグ
- ・子どもにそっけない態度を取られる



高品位ホーローは、 世のおじさんが憧れる特徴をもっている。

この対比を活かして、おじさんとホーローの接点をつくる。
共感やユーモアで「**ホーローってすごいんだ！！**」と認知してもらい、
ターゲットの関心を得る。

40~60代の中年男性の悩み

- ・ 加齢臭が気になる
- ・ 黄ばんだシャツ
- ・ シワやシミが気になる
- ・ 夏、蒸れる
- ・ 日頃のストレス



ホーローの強み

- ・ ニオイがつきにくい
- ・ サッと汚れがとれて清潔
- ・ つるっとして、すべすべ
- ・ 熱/湿気に強い
- ・ 目一杯叩いても壊れず丈夫

かかし・マネキン

人型になると、愛着をもったり、応援をしたくなる。
過酷な状況置かれていると同情したり、つい写真に撮ったりしてしまう。



全身ホーロー製のマネキン

ホーローおじさん

くさくない。

べたつかない。

傷つかない。

理想のおじさん。

高品位ホーロー製のおじさん型のマネキンを制作
タカラスタンドのPR親善大使として起用



人型にした共感とバカバカしさ
で話題化を図ります。

ホーローの特徴/価値を理解してもらい、
ショールームに行くきっかけを作ります。

ホーローおじさんの強み

- ・シミなし、ベタつきなし、すべすべのお肌。
- ・NO 加齢臭。 NO 足クサ。
- ・ついてしまったキスマーク…。水で流すだけ。
- ・夏場でも水場でも蒸れません。
- ・武勇伝、親父ギャグは言いません。寡黙な男です。
- ・ストレスにも打撃にも、強い。

Takara standard

ショールームまで

5分

ホーローおじさんを
撮影してSNSにいくと
豪華賞品プレゼント



今日のホーローおじさん

看板持ちをする「ホーローおじさん」を投稿。

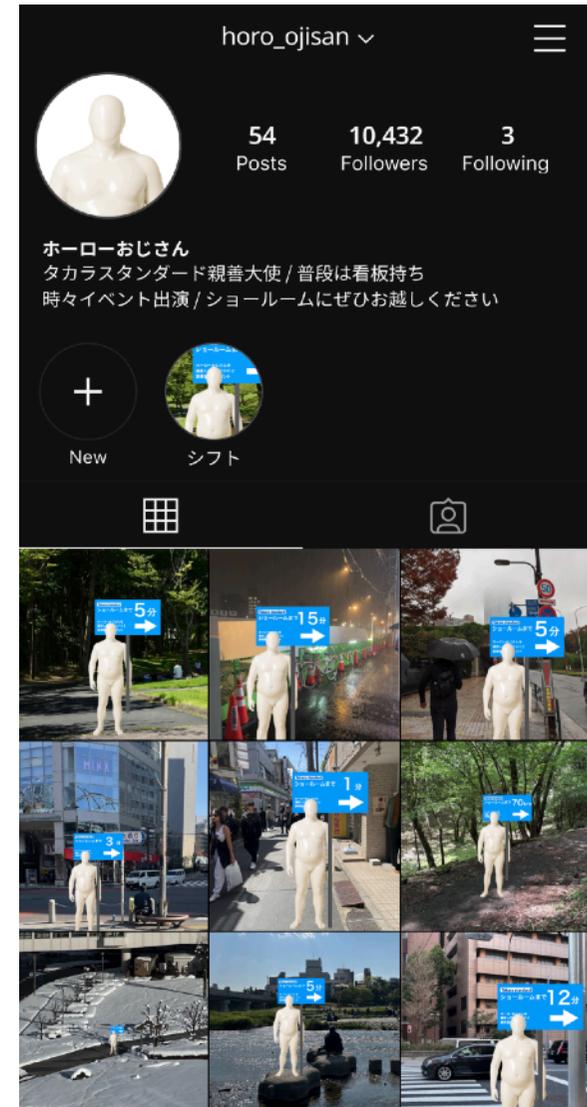
雨の日も、風の日も、鳥に突かれようと案内を続けるおじさんを応援してもらう。

過酷な状況でも、ホーローだから匂わず、蒸れず、キレイで丈夫。

なにこのアカウントw どこにいるんだろ

ホーローおじさんも頑張ってるから私もがんばろ！

雨なのに全然汚れてない。大変だなあ～。



ホーローおじさん出現

各地にホーローおじさんがゲリラ出現。
写真をSNSに投稿して、見学に行くと豪華賞品をプレゼント。

Takara standard
ショールームまで **41** km

ホーローおじさんを
撮影しSNSに投稿すると
豪華賞品をプレゼント



ホーローおじさんを起点に、
より効果を体験できるイベントで、
ショールームへの動線を強めていく。



ホーローおじさんを汚せ！

子連れの多い公園で開催。こどもがマジックペンや絵の具、泥などで汚したあとに、サッと汚れを拭くことで高品位ホーローの効果を実感してもらう。
子どもが汚して遊んでいる最中に、親へショールームの案内も行うことができる。

高品位ホーロー看板

高品位ホーローで看板を制作して、屋外広告を掲出。
商品に触る機会創出・耐久性の証明が可能に。
1950～70年頃普及したホーロー看板の
オマージュ/アップデートとして話題化も図る。