



適切な設定でご視聴ください

- ご覧頂く画面は、自由に動かしたり大きくするなどカスタマイズが可能です。

■ 各アイコンのご説明



Q&A

- ・講師からの質問への回答
- ・質疑



アンケート

ご回答宜しくお願いします



関連資料

- ・本日のレジュメ
- ・関連資料各種



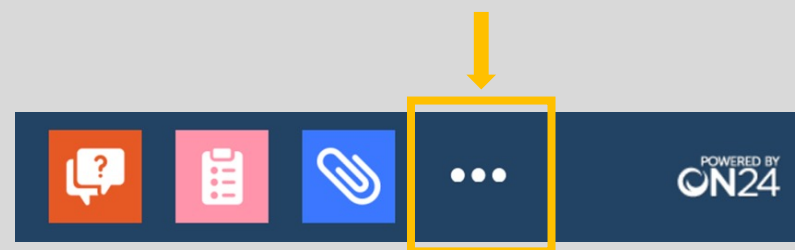
講師紹介

■ 映像や音声に遅延等が生じた場合は以下をお試しください

- ・ブラウザの更新（リフレッシュ）
- ・通信環境の改善（有線LANの使用、ルーターの再起動等）
- ・他のプログラムやアプリを閉じる
- ・デバイスを切り替える

スマホ視聴の場合

クリックしていただきますと
各種アイコンが出てきます



Neoma Academy



NEOMA ACADEMY

第10回ネオマアカデミー

「2つの設計による Life time valueの最大化」

講師 谷口 景一郎先生

———— スケジュール ————

- | | |
|--------|-------------|
| 17:00～ | はじめに（事務局より） |
| 17:15～ | 基調講演 〈谷口先生〉 |
| 18:15～ | 質疑等 |
| 18:30 | 終了予定 |

※終了時間は当日の内容により左右することがあります。ご了承下さい。



ネオマアカデミーとは

「あたたかい家に暮らす」ことが、売り手・住まい手にとってどのような価値があるのか。

有識者、専門家等にもご協力頂きながら、様々な視点から情報を発信させて頂く場です。

住宅性能

トレンド

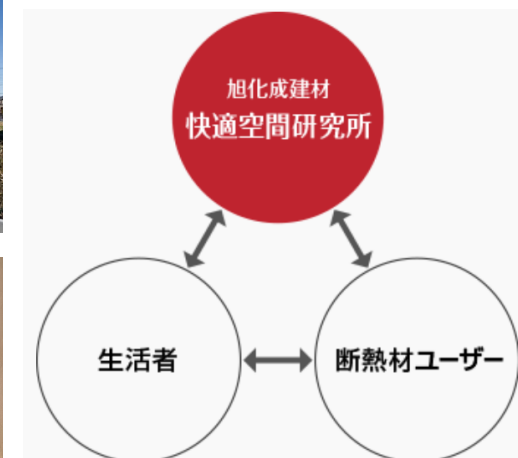
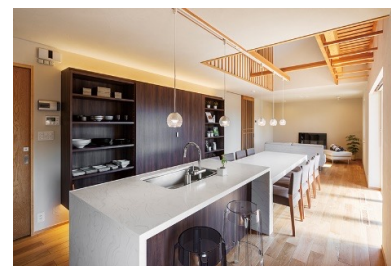
工務店経営

工ネルギー

健康や快適性

「住み継ぐ家づくり」をテーマに、

長期視点であたたかい住まいの作り方から伝え方を共有する場





今、皆様が建てている住宅は50年後も100年後もそこにあり続け
老後の私たちが住み続けている可能性が高い

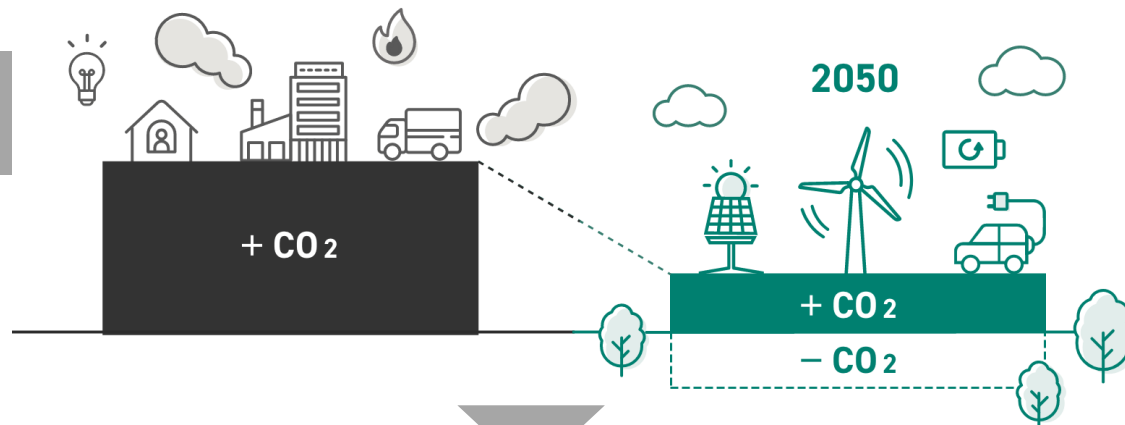
今の家作りは
高齢の私たちや子や孫の世代の命と暮らしを守ることができるのか

住まい手自身にも長期視点で家作りを検討する大切さを知って頂くことが大切



我々を取り巻く環境は、さまざまな急激な変化が起きた

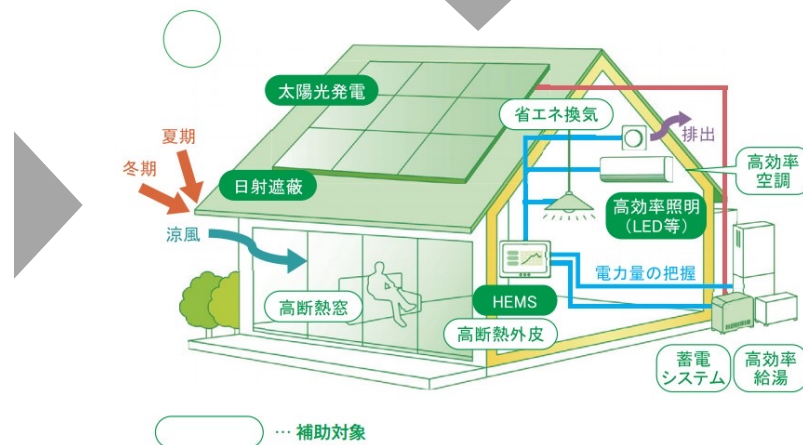
カーボンニュートラル



ウッドショック・
不安定な世界情勢



施主の情報収集



これからは様々な社会的要素を満たす・対応することが求められる時代へ



今後の住宅業界を取り巻く変化① -気候変動-

世界中で取り上げられる生命を脅かす極端現象



ギリシャ・エビア島で起きた山火事で、消火に当たる消防士＝10日（ロイター）

カナダで49.5度、アメリカで54度 - 世界を襲う熱波 その原因と対策は

パブリックエンゲージメント林
2021-07-16



今年2021年の夏、私たちは空前の猛暑に見舞われています。

日本の6月の平均気温は約22.7度ですが、緯度の高いカナダで、49.5度の気温が記録されました。カナダからアメリカ、ロシアから北極圏まで、記録的な熱波が私たち人間はもちろん、動植物の命を脅かしています。

気温の上昇が健康に悪影響を及ぼすだけでなく、頻発する山火事で動物たちの生態系が破壊され、送電網の故障がますます起こりやすくなって地域社会全体が危険にさらされています。



パキスタン北部 氷河湖が決壊 橋流される 熱波で被害拡大懸念

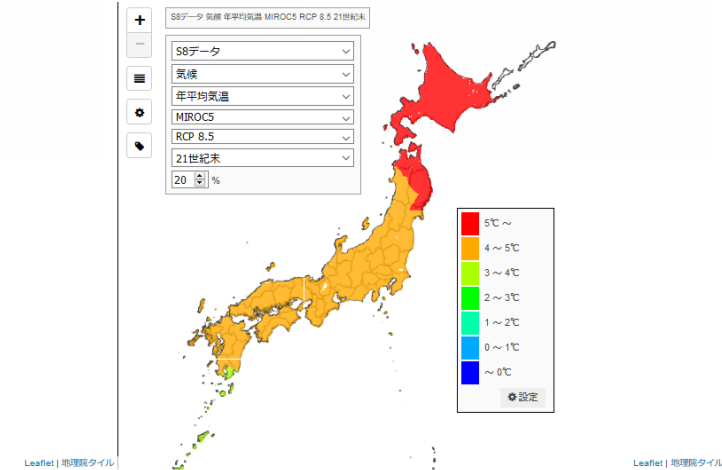
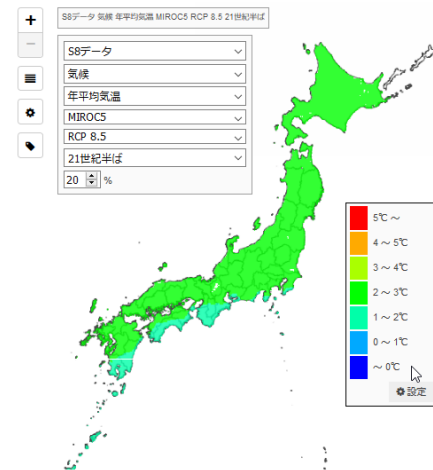
2022年5月10日 4時05分 気象

記録的な暴風、イギリス各地で倒木などの被害 3人死亡



避けることのできない地球温暖化の脅威

・21世紀半ば：2.1℃上昇 ・21世紀末：4.8℃上昇



出典：気候変動適応情報プラットフォーム「全国・都道府県情報」
<http://a-plat.nies.go.jp/webgis/index.html>

変わりゆく環境を考慮し将来を見据えた家づくりが今後の一つのテーマに



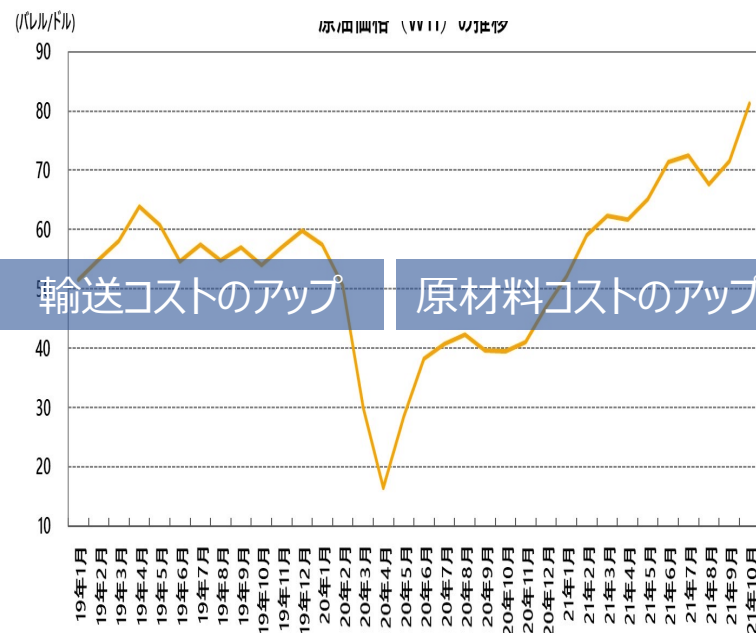
今後の住宅業界を取り巻く変化② -エネルギーの変化-

予測できる住まい・家作りへの影響

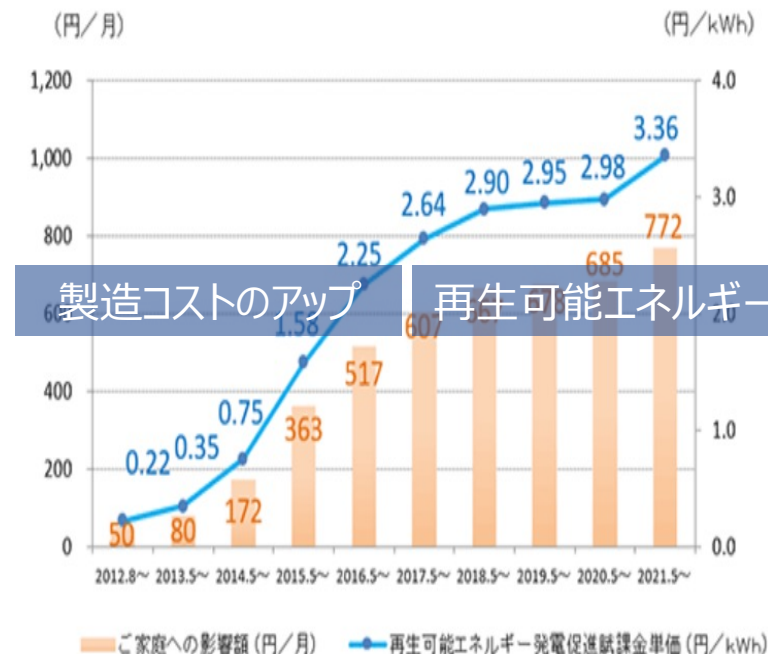
〈戸建て住宅に太陽光設置の義務化を検討〉



〈原油価格(WTI)の上昇〉



〈エネルギーコストの上昇〉



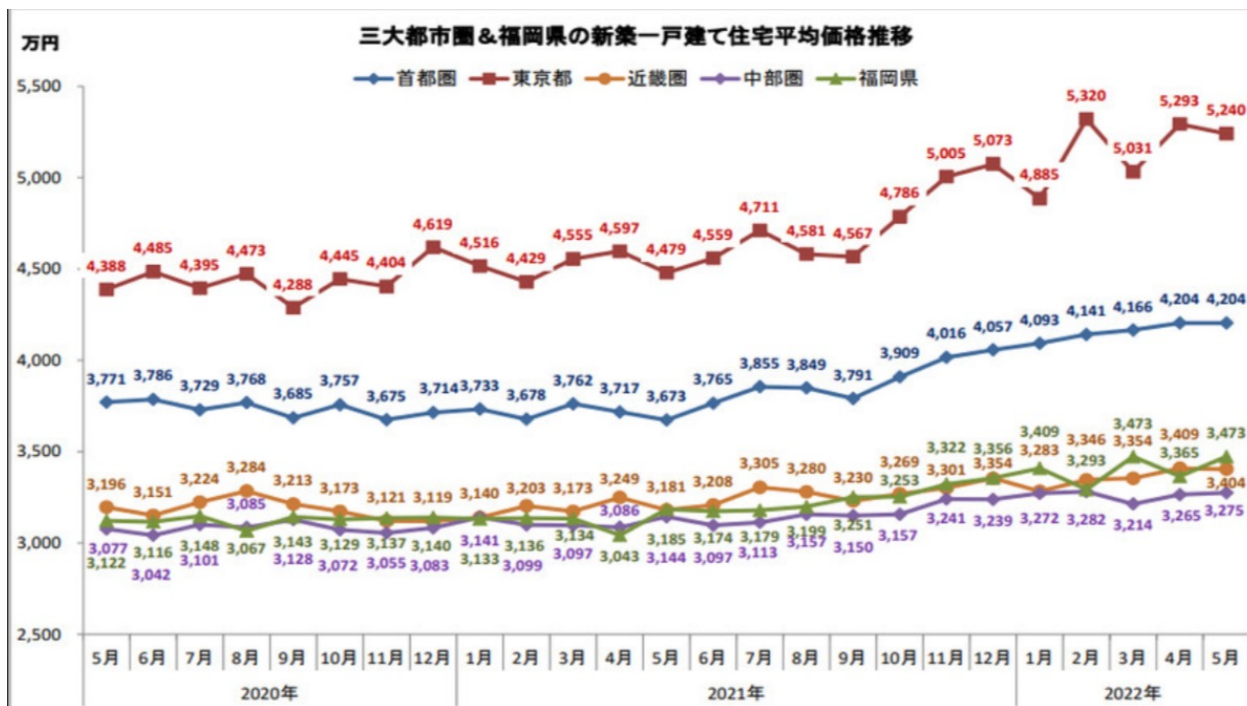
限りある資源をどのように利用するのか自然エネルギーを活かした家作りへの適応



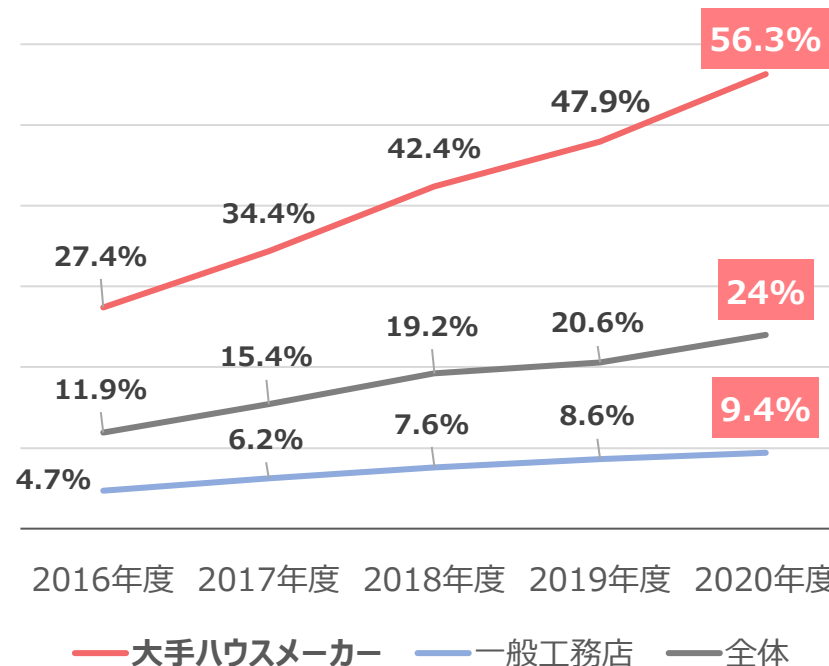
今後の住宅業界を取り巻く変化③ -高価格化・高性能化-

資材高騰による高価格化・そして国策による「高性能化」。2022年は住宅業界の変化の一年に

■戸建て住宅の平均単価の推移



■新築注文戸建のZEH化率の推移

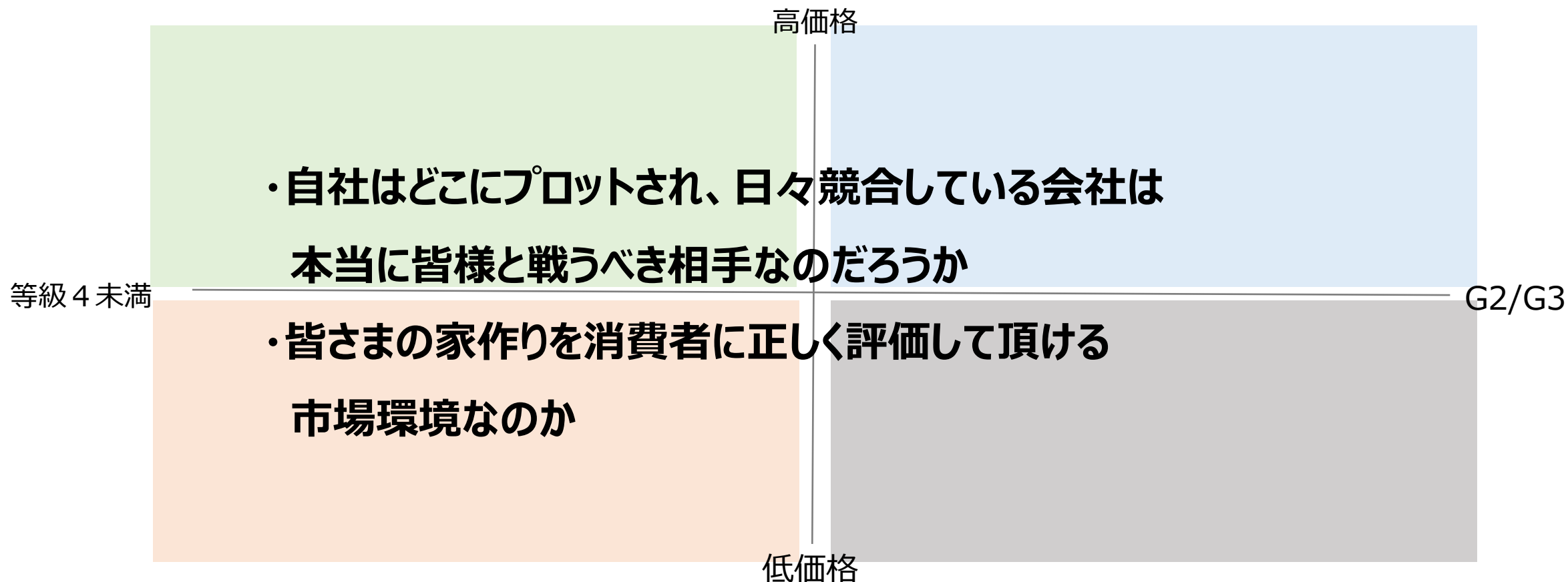


出典 株式会社リクルート 2021年 注文住宅動向・トレンド調査～

変化し続ける市場環境に適応し、打ち手を出し続ける組織力がより重要に



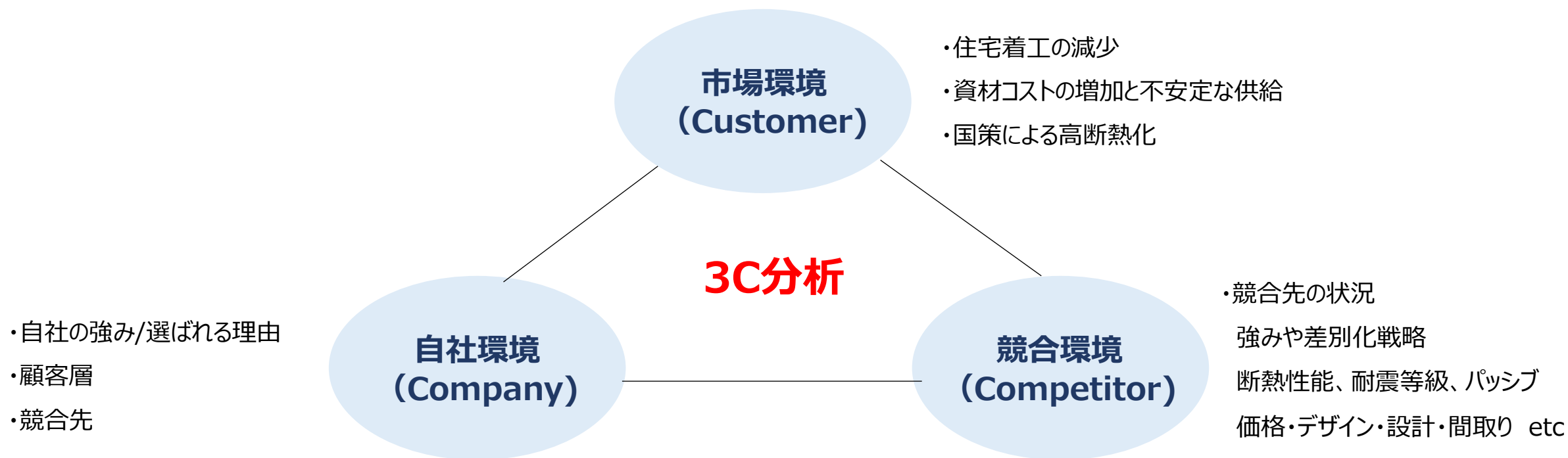
市場の中での自社のポジショニングの確認



変わりゆく環境の中、まず自社を取り巻く環境を理解することが大切



自社を取り巻く市場環境の整理 = 客観的に自社を捉える

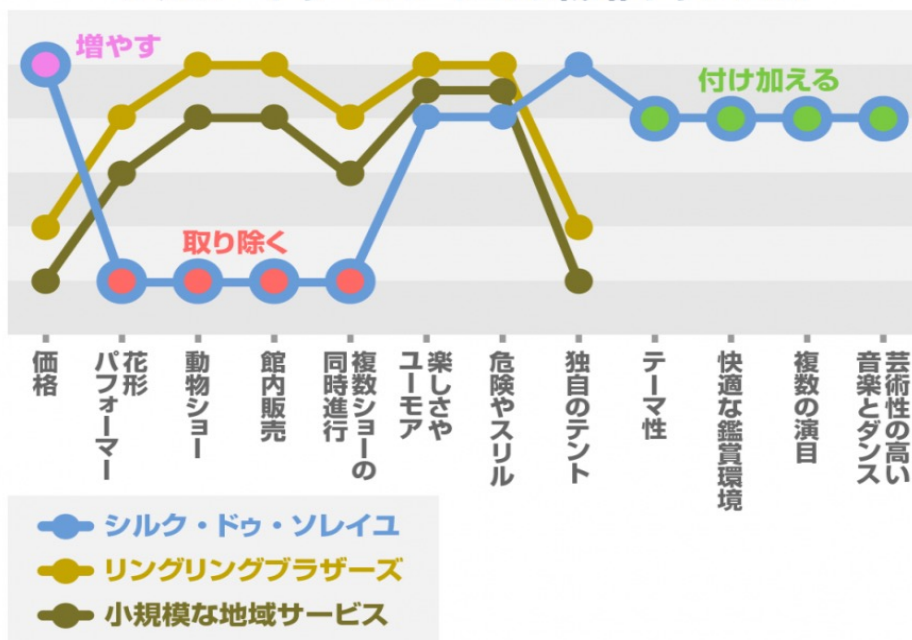


一度立ち止まって自社を取り巻く環境に関して考えてみませんか？



従来の取り組みを「増やす」「付け加える」「減らす」「取り除く」整理し、事業価値を再定義

シルク・ドゥ・ソレイユの戦略キャンバス



『ブルー・オーシャン戦略』を元に作成：シルク・ドゥ・ソレイユの戦略キャンバス

- ・横軸に競争要因（消費者から見た価値）
 - ・縦軸に消費者が享受できるレベル感
- 各項目で検討を行い、差別化ポイントを模索



他社が当たり前に行っていた項目を**減らし**

新たな項目を**付け加えた**。

独自の価値を高めることで市場の価格競争から脱却

「戦略キャンパス」を描くことで競争相手との違いを明確化

⇒自社の進む方向を明確化する



他社と異なったポジショニングを獲得するために

レッドオーシャン

- ・競業企業が多数存在
 - ・顧客は、無数の購入先から選択
- ⇒競業先との価格競争が常態化

ブルーオーシャン

- ・競業相手が少ない
 - ・顧客の購入先が限定されることで、
自社の提供価値を納得しやすい
- ⇒価格競争に巻き込まれにくい

「ブルーオーシャン戦略」 ≠ 新商品の開発
今までと少し違う角度から事業価値を高める

市場のブルーオーシャンへシフトし続けることが、
高性能な家作りの価格の価値が消費者に正しく評価されるきっかけとなる



逆風のホテル業界であえて高級リゾートブランディングを価値提供



星野リゾート：高級リゾートとして圧倒的な知名度

日本人の国内におけるリゾート需要に注目

海外旅行がメインだったリゾート旅行を国内で体験
減少するインバウンドに対して自宅から近隣の旅を提唱

日本旅館と海外ホテルの融合を実現

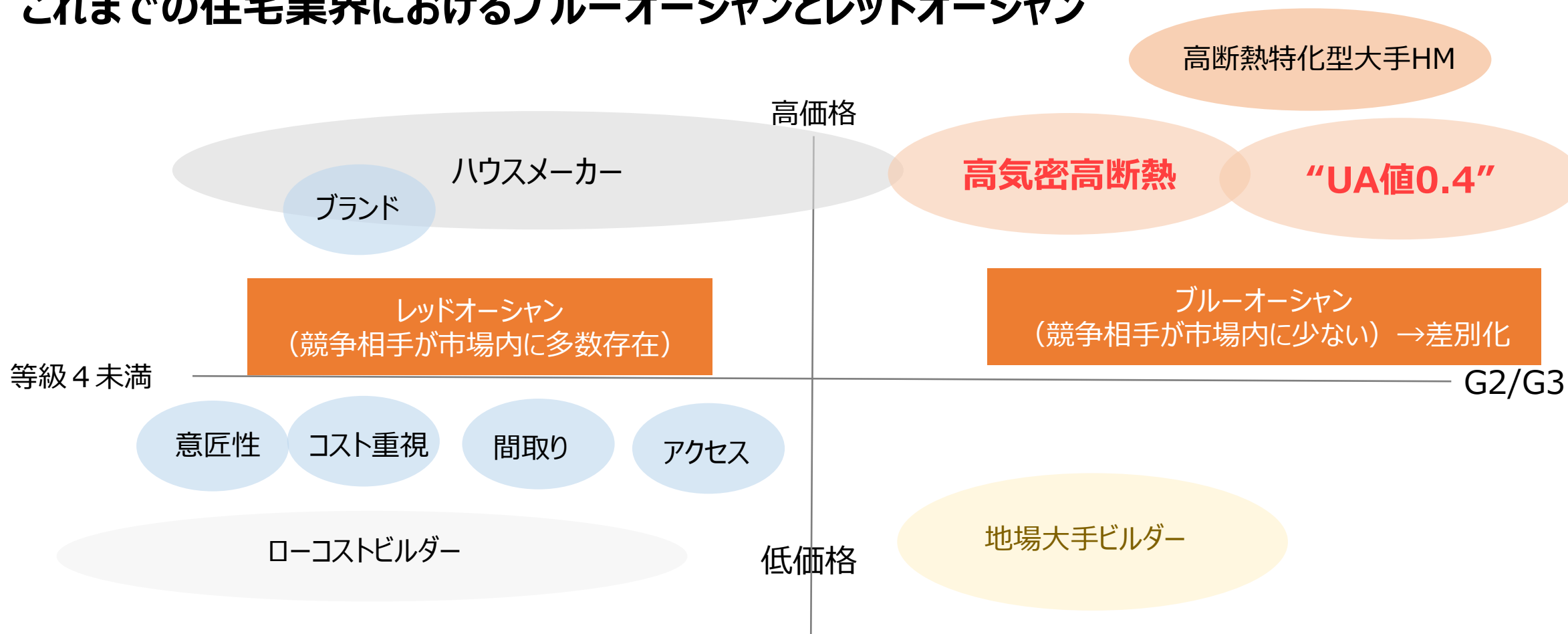
従来のあたり前（部屋食、専業制等）の見直し
全国37の旅館でマイクロツーリズムを提唱
地域で地元の再発見を旅館で体験

コロナ禍においても好調な稼働率を維持

新たな価値観に対して付加価値を追求し差別化を実現



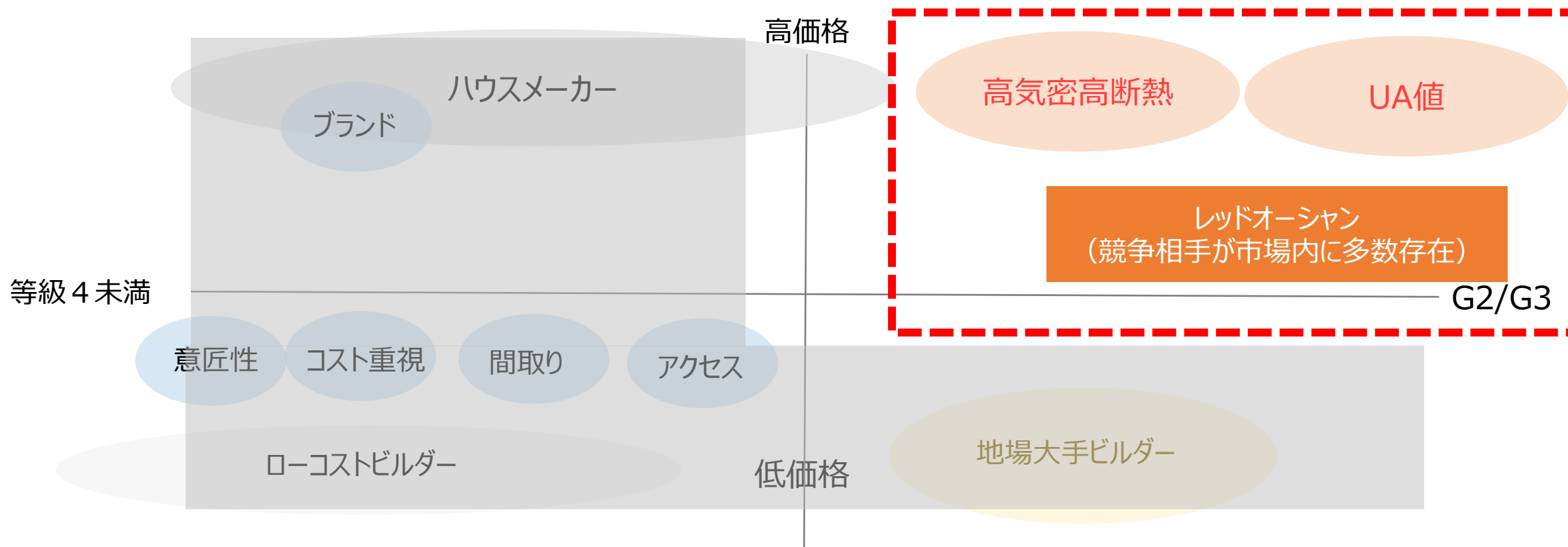
これまでの住宅業界におけるブルーオーシャンとレッドオーシャン



今までは「性能」や「高断熱」を売りにすればで差別化が可能な時代であった



UA値や「高断熱住宅」というワードで差別化できる時代の終焉

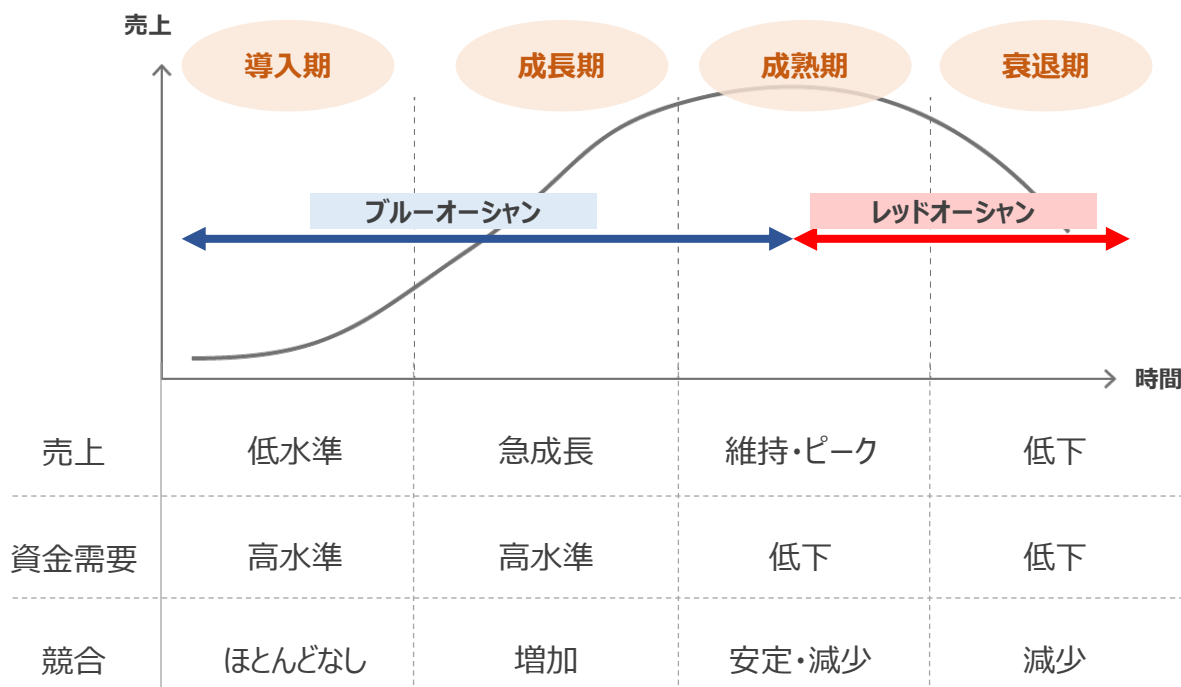


これからは「性能」や「高断熱」は差別化から当たり前の手段へ。その先に必要なことは



今後のキーワード = 「他社がやり始めたからやってみようでは既に遅い」

■プロダクトライフサイクル理論



ブルーオーシャン戦略

新しい市場を生み出すことで、新領域に事業展開していく戦略
「低コストと差別化」を同時に実現することが出来る。

先行者優位

新しいタイプの価値を提供することで、提供価値にメリハリをつける
EX：高断熱にするために、デザインは四角の形状にする、など。



レッドオーシャンになる前に、参入することが大切

Heat20G2やG3はこれからも成長期としてのステージになりうるのだろうか



「性能」というワードを全面的に出すことで消費者を取り込んでいた住宅業界

TamaHome®

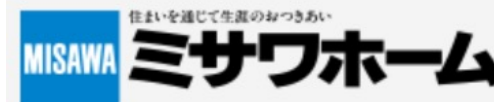
TVCMでUa値を提示



TVCMで断熱について



全棟ZEHのまちづくりPJ



コンセプト住宅の建設



セキスイハイム誕生 50 周年記念「全国一斉まちづくりプロジェクト」
戸建スマート&レジリエンスまちづくりを全国で始動
—環境・快適・安心の共通仕様で 2022 年度までに 10 分譲地を展開—

- 全部省電化搭載の ZEH、進化した換気・空調と合わせ、快適なニューノーマルの暮らしを実現
- 災害に強い「環境化学グループ」のインフラ技術で、災害時と日常の安心の暮らしを実現
- まちづくりデザインガイドラインと 60 年長期サポートで、価値が継ぎ代わられるまちを実現

「戸建スマート&レジリエンスまちづくり」の特長

- 1. 全部省電化搭載の ZEH、進化した換気・空調と合わせ、快適なニューノーマルの暮らしを実現**
国が推進する **ゼロエネルギー住宅** への実現を図るため、全館を ZEH 仕様^{※1}とします。高気密・高断熱の躯体性能をベースに、太陽光発電システム（以下 PV）、蓄電池、HEMS の 3 点セットを搭載した「スマートハイム」により、可能な限り自然エネルギーを活用するグリーンな暮らしを目指します。また、秋ウィルス対応フィルター^{※2}を採用した新開発の換気・空調システム「快適エアリー T-SAS（ティーズアス）」を標準仕様^{※3}とし、ニューノーマルにおいて欠かせない良質な室内環境の維持を目指します。
- 2. 災害に強い「環境化学グループ」のインフラ技術で、災害時と日常の安心の暮らしを実現**
浸透化する断水災害への備えとして、雨水を地下に一時貯留・浸透させる「ラズウェーブ」または「コンバク」雨水浸透マス・有孔管を全館で採用し、内水氾濫を抑制します。また、断水時に必要分の飲料水を確保できる「飲料水貯留システム^{※4}」を標準的に採用。停電時にも電気が使える蓄電金^{※5}と合わせてライフラインを継続し、住宅避難を可能とします^{※6}。
さらに、センサーで人の動きや窓の開閉等を検知して警報アラームやスマートフォンへ通知する^{※7}防犯設備を全館に設置し、日常の安心も確保します。

MISAWA NEWS RELEASE
2021 年 7 月 9 日

持続可能な未来につながるコンセプト住宅が完成 Green Infrastructure Model

- 住まいの枠を超え、人々の暮らしで先進的な暮らしを支える未来コンセプト住宅
- カーボンニュートラルへの総合的な取組みである「グリーン」と、安心して暮らすための「インフラ」
- 「グリーン」「インフラ」の新しいデザイン提案により、暮らし・健康・環境のサステナブルな住まいを実現



消費者が「性能」を納得できる安心材料を我々は提供できているのだろうか



差別化ポイントの変化 = 数字だけで勝負できる時代から、住宅業界は次なるステージへ

ホームページ上でこのような表記をよく目にするのではないだろうか

高水準の断熱性と気密性
断熱性能 北海道基準以上

UA値 **0.48** $\text{W}/\text{m}^2\text{K}$

UA(ユーエー)値: 外皮平均熱貫流率

一般住宅よりも
31%性能アップ

0.6 $\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$
※ZEH支援事業の基準値

一般住宅(28年省エネ基準)

< **0.87** $\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$
(5地域)

消費者はこの数字を羅列を見て何を思うのだろうか？

・数字が良ければ良い家？ 数字の根拠は？ 一生満足する家？ 寒くない？

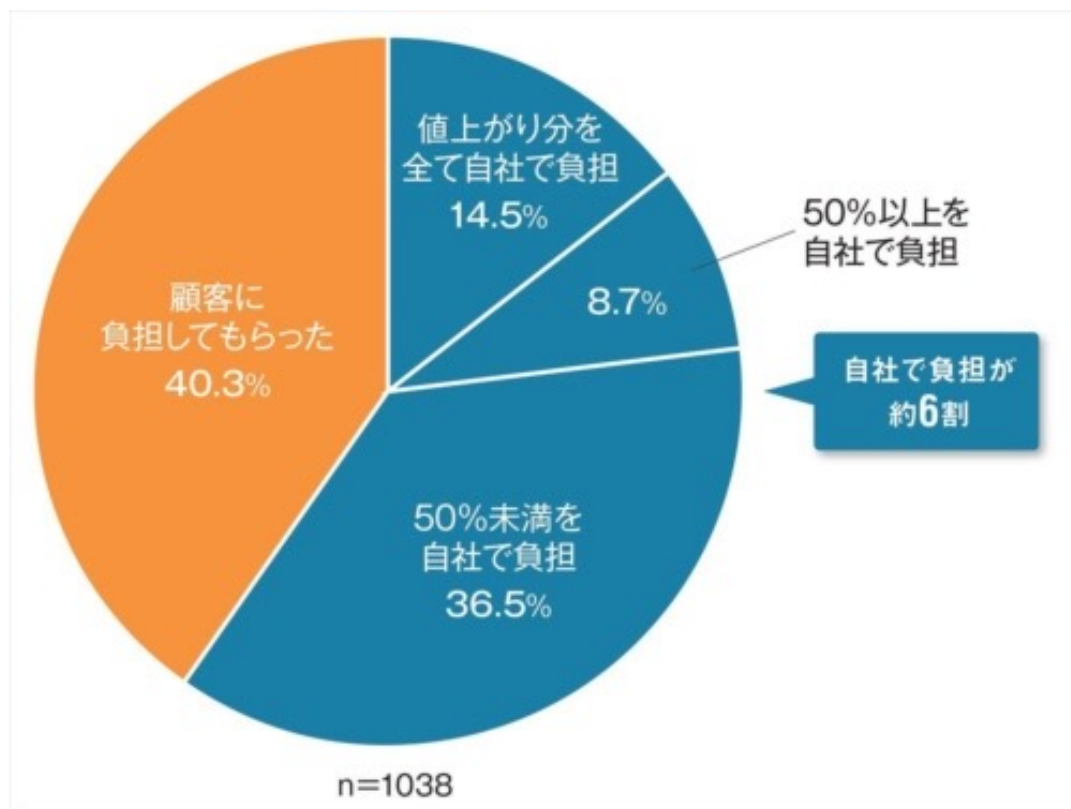
UA値での勝負は住宅業界でも「成熟期」になりつつある



2022年の住宅業界を取り巻く環境 → 社会の変化と併せて住宅の転換期

60%近くの会社が価格の転嫁が出来ていない

一方でその商品価値を消費者に訴求しているものは
強気の価格転嫁を実施

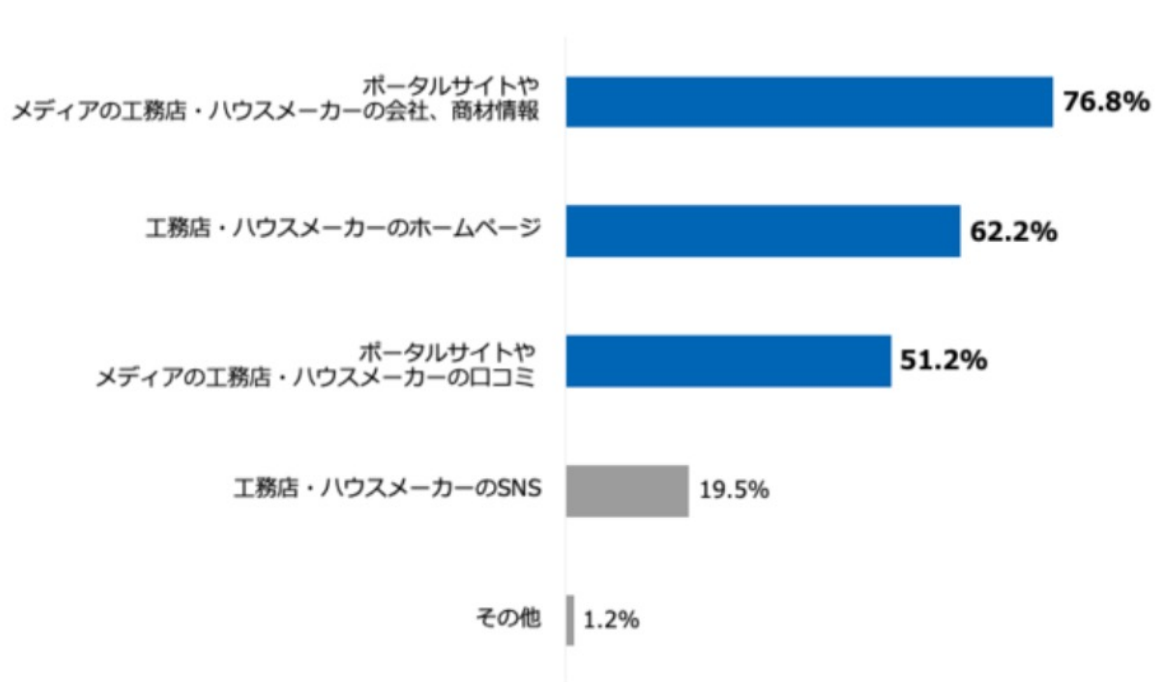


この難しい住宅市場の中でどのように進むべき道を確認する必要があるのだろうか

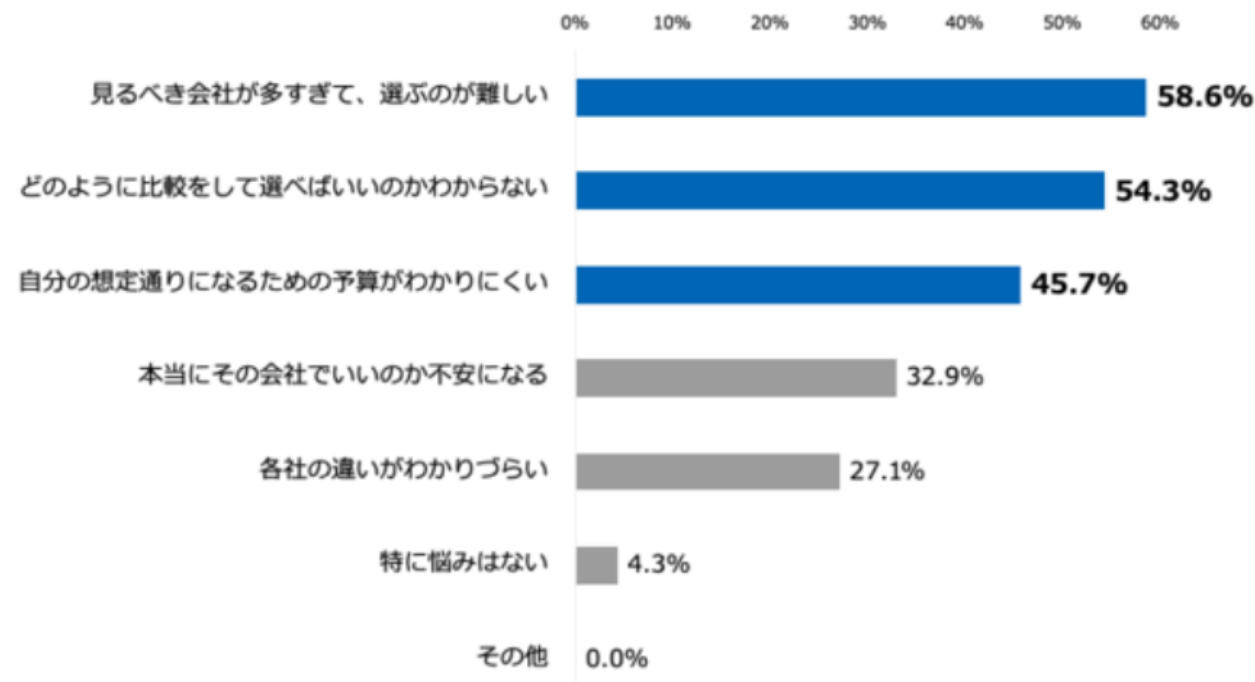


消費者への情報は飽和しており決定的な決め手がない状態ではないか？

インターネット上で住宅会社のどのようなページを参考にしますか？



工務店・ハウスメーカーを探す際に悩んでいることを教えてください



<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000186.000006978.html>

画一的な強み競争から個性的な強みを消費者へ届けるために必要なこととは



目に見えない断熱性能の持つ価値 「快適性」「健康性」「省エネ性」「環境性」

高水準の断熱性と気密性
断熱性能 北海道基準以上

UA値 **0.48** $\text{W}/\text{m}^2\text{K}$

UA(ユーエー)値: 外皮平均熱貫流率

一般住宅よりも
31%性能アップ

0.6 $\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$
※ZEH支援事業の基準値

一般住宅(28年省エネ基準)

< **0.87** $\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$
(5地域)

この数値が**実現する暮らしを**、

どのくらい**論理的にかつ感性的に**説明ができているだろうか

目に見えない暮らしの価値を、可視化して伝えることで性能の価値の理解につながる



これからの住宅業界ではこれまでとは異なった二極化が発生する

「今だけを見据えた設計の家づくり」か「住まう人のくらしまで設計した家づくりか」



しっかりとした裏付けが消費者に納得

- ・設計段階で想定した暮らしとギャップがない住まい
- ・住んでからのシュミレーションの共有

とりあえず性能を高めることで差別化

- ・UA値をとりあえず高める
- ・面ではなく点で消費者に家づくりを語る

「高断熱住宅」という言葉の裏に重要な違いが表れる時代へと移行



目に見えない要素を可視化することが消費者の安心・納得に繋がる

現状では住宅では住んでからの見える化要素が少ない

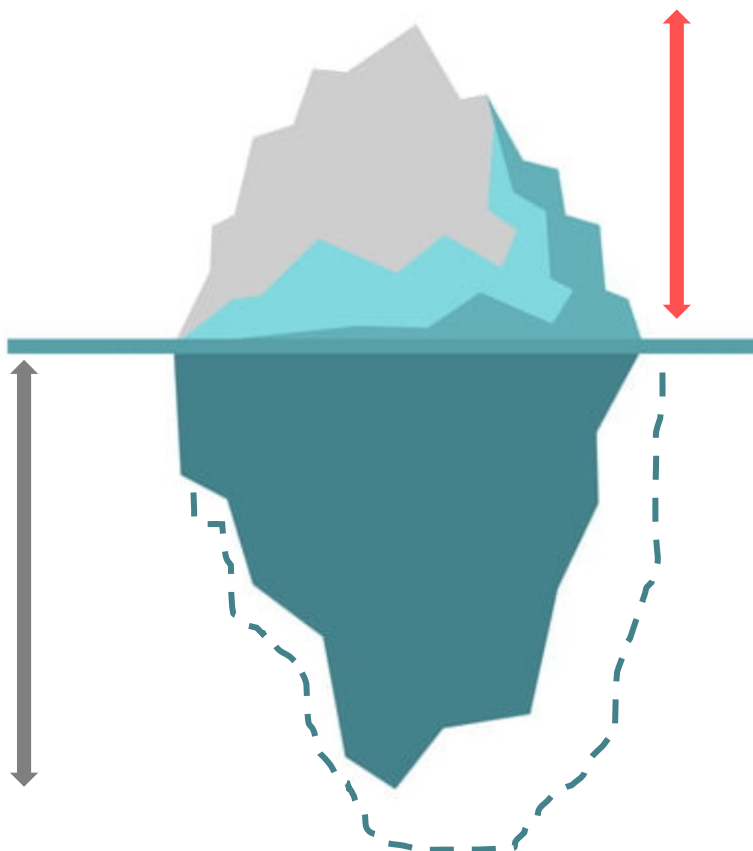
目に見えない部分

- ・快適、住みやすさ
- ・光や風、音
- 温熱に関わる要素
- ・その他…

健康リスク

災害対策リスク

エネルギーリスク



目に見えている部分

- ・建物金額
- ・土地
- ・間取り

目に見えない部分を可視化することが
消費者の安心と納得に繋がる



住宅業界では「暮らし」に直結した可視化が不足しているのではないだろうか

「間取り」「外観」等の側面では当たり前になっ
「快適」「心地よさ」等の側面からはアプローチが少ない



消費者にとって本当に安心できる根拠を提示できていない = 対価の価値が上がらない



NEOMA ACADEMY vol.010 「2つの設計による Life time valueの最大化」

建物設計と環境設計

皆さまのつくる住まいは、設計段階で想定した暮らしとギャップのない住空間を実現できていますか。

そして“温熱”という目に見えないものをどのように住まい手に伝え、納得して頂いていますか。

日々の設計に環境シミュレーションを取り入れることが、不確実な要素を可視化し、住まう人の暮らしまで設計することに繋がります。

このように住まいの尺度が変化することで、作り手や住まい手にどのような変化があるのか谷口先生に教えて頂きます。



谷口 景一郎

Keiichiro Taniguchi

講師紹介

スタジオノラ 共同主宰

東京大学大学院 特任准教授

専門は建築環境工学、建築環境デザイン

東京大学大学院工学系研究科建築学専攻修士課程修了後、

日建設計に入社し設計のプロジェクトに7年携わる。

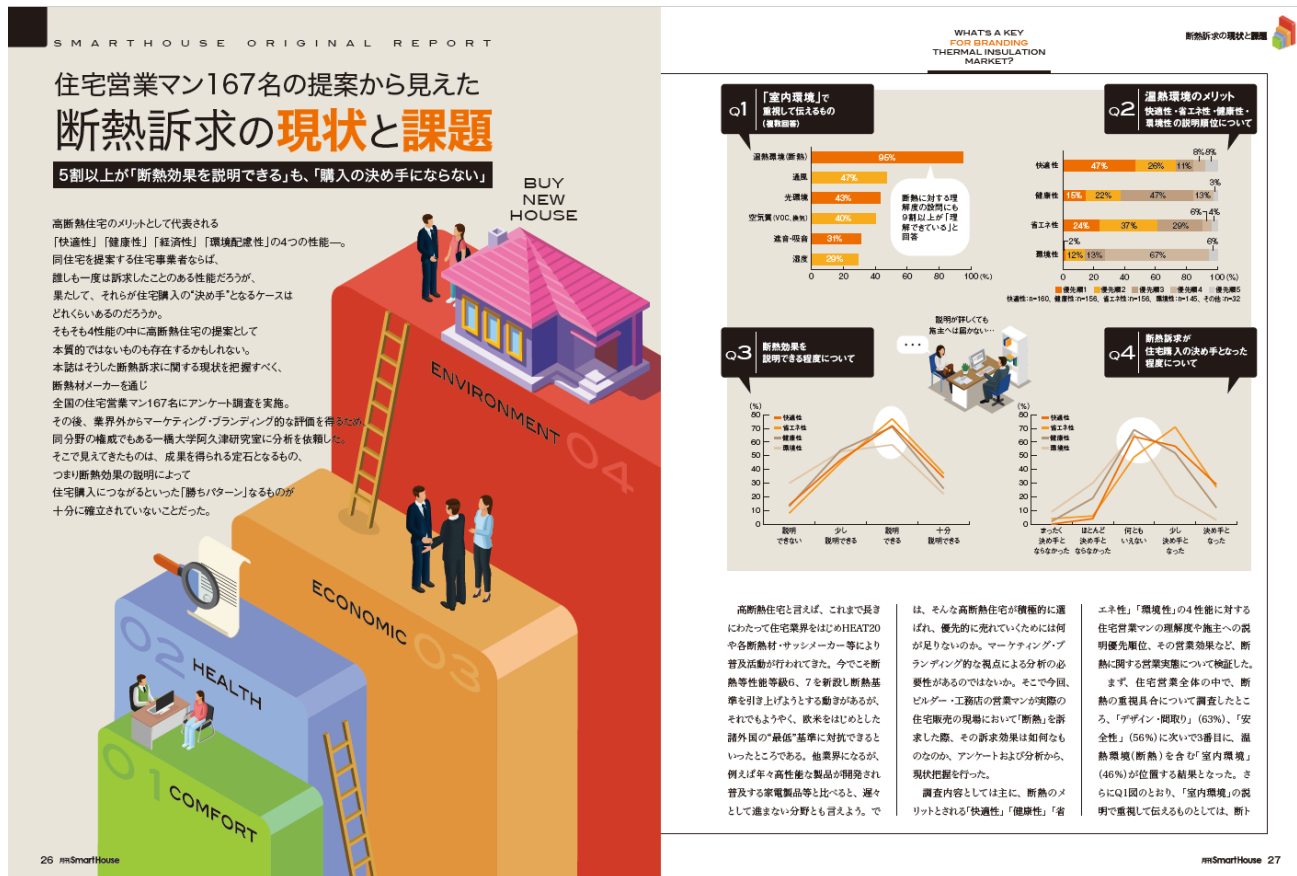
2016年にスタジオノラを立ち上げ、同年より東京大学大学院特任助教。

2022年より東京大学大学院特任准教授。

設計時におけるシミュレーション技術の活用による省エネルギーかつ快適な建築物の設計手法の構築に取り組む。



〈月刊スマートハウス：断熱訴求に関する調査〉



断熱性能の4つのメリット〈快適性 健康性 省エネ性 環境性〉

- ▶ 全ての項目で50%を超える営業マンが説明できる
- ▶ 施主への伝わり具合も良好
- ▶ 省エネを除く3性能では5割が購入の決め手とならない

数値で表現できない項目の説明に苦慮している

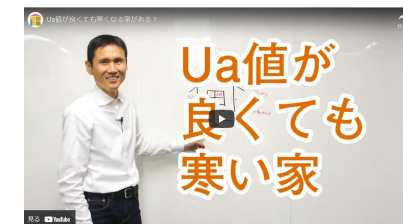
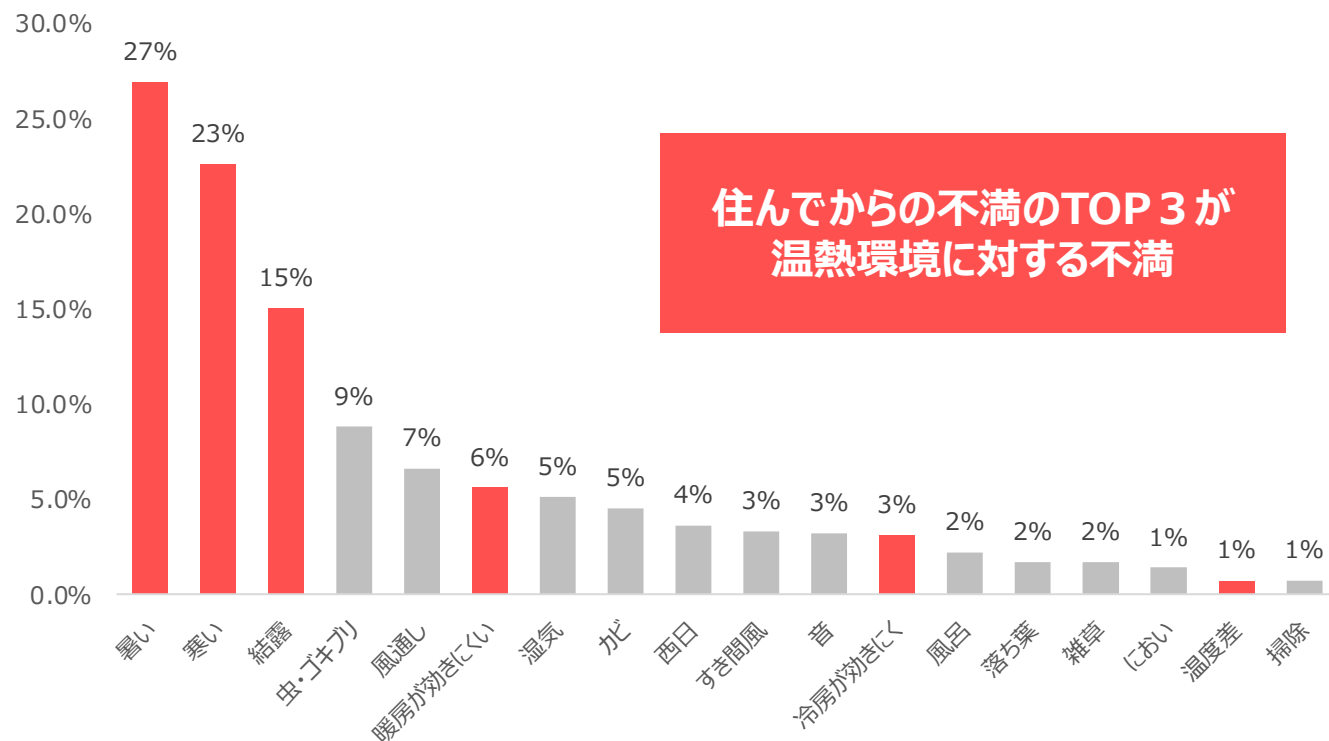
体感をすると高い納得性、感性的な訴求は効果的

高断熱住宅は感性訴求に加えて、理論的な訴求を組み合わせれば価値が高まる



持続可能な社会に求められる、長期視点の高性能な住まい。

一方で「高気密高断熱なのに暑い・寒い」といった戸惑いの声も多く聞かれる

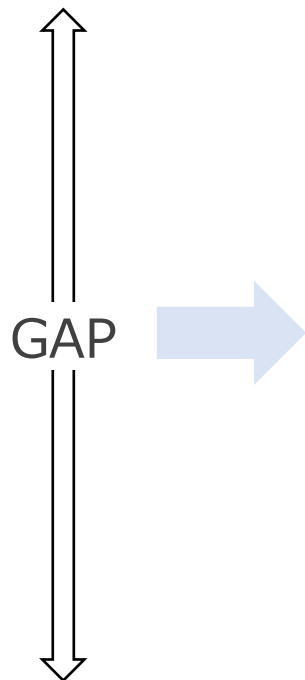


性能数値を満たすだけで、果たして“長期視点の家作り”といえるのだろうか

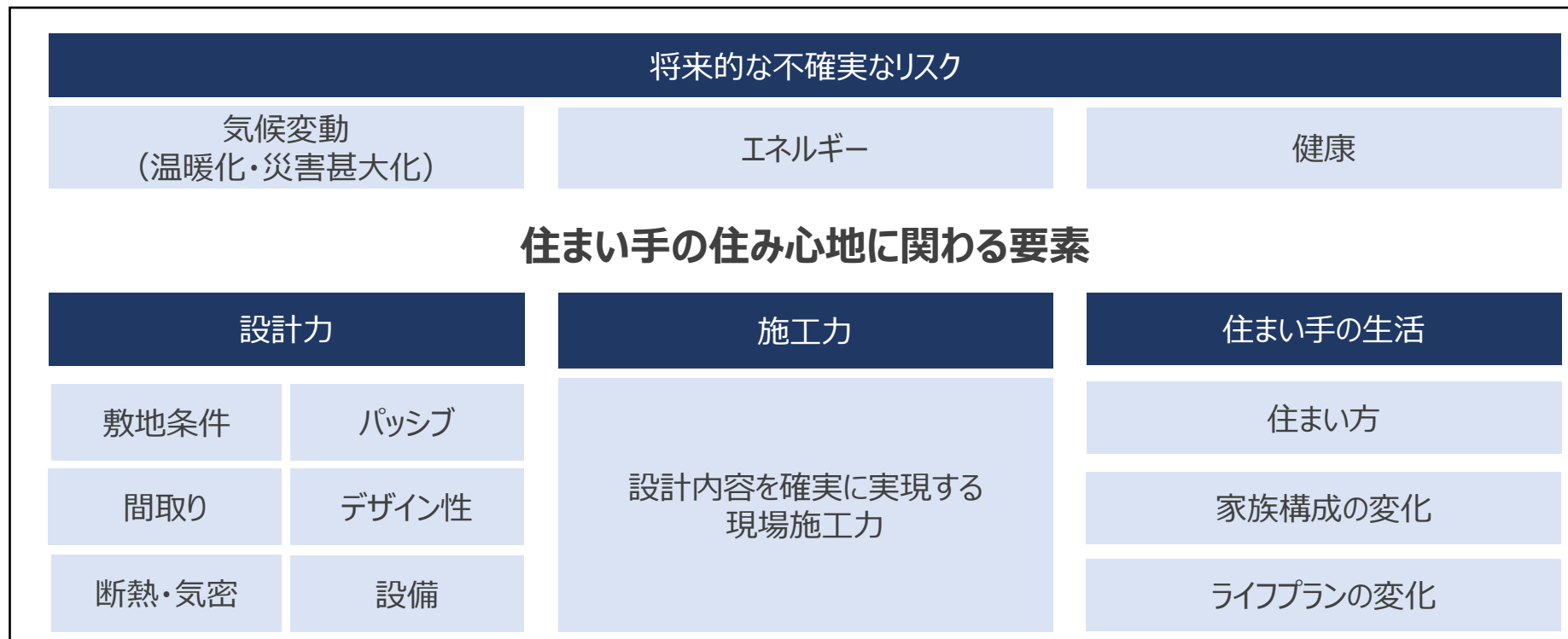


“設計段階の暮らし”と“実際の暮らし” ギャップはなぜ生まれるのか

設計段階の暮らし



実際の暮らし

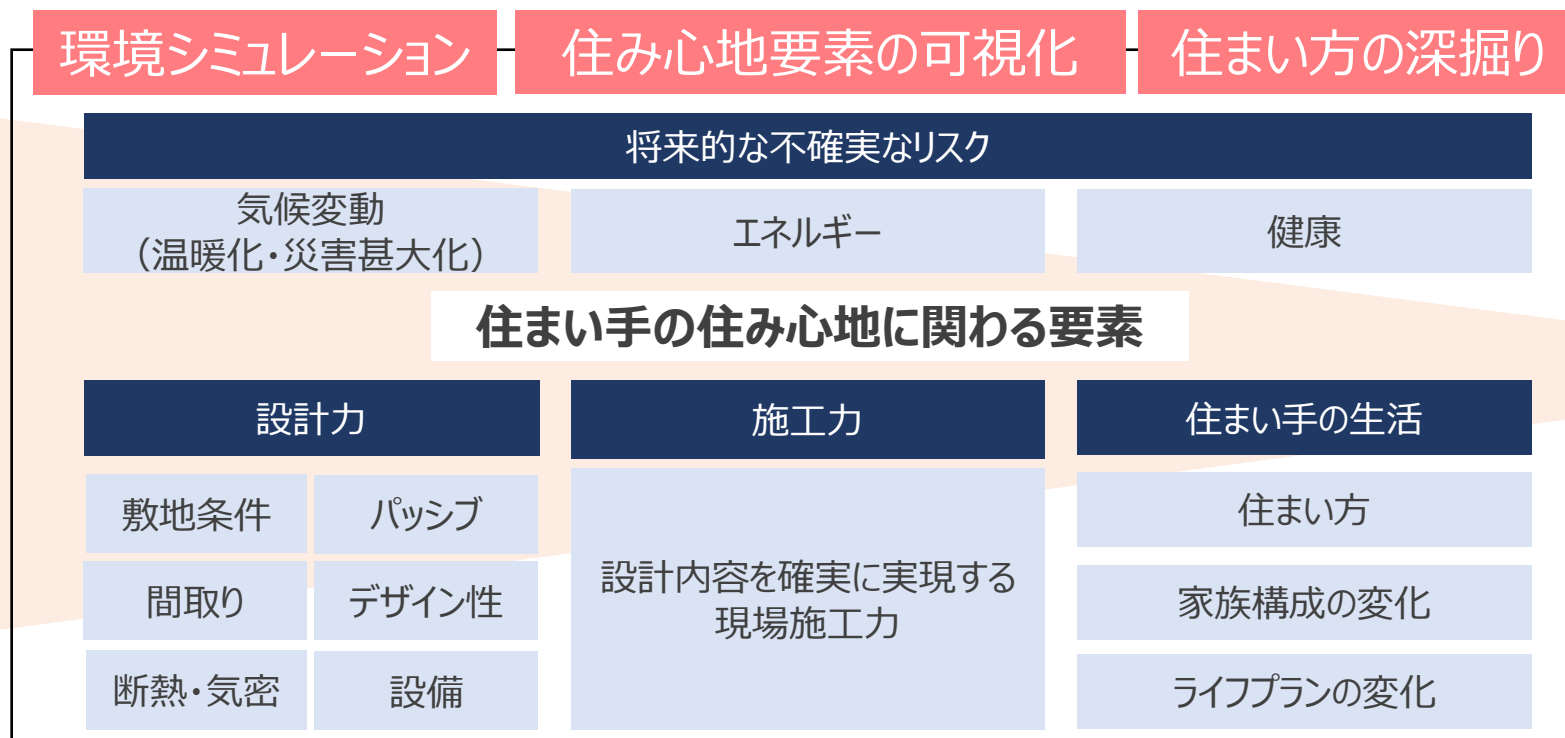


住まい手の重要な住み心地は、これらの不確実な要素を組み合わせることで決まる。



環境シミュレーションを取り入れることで、不確実な要素を可視化する

設計段階の暮らし



設計段階の暮らし

GAP

GAP

実際の暮らし

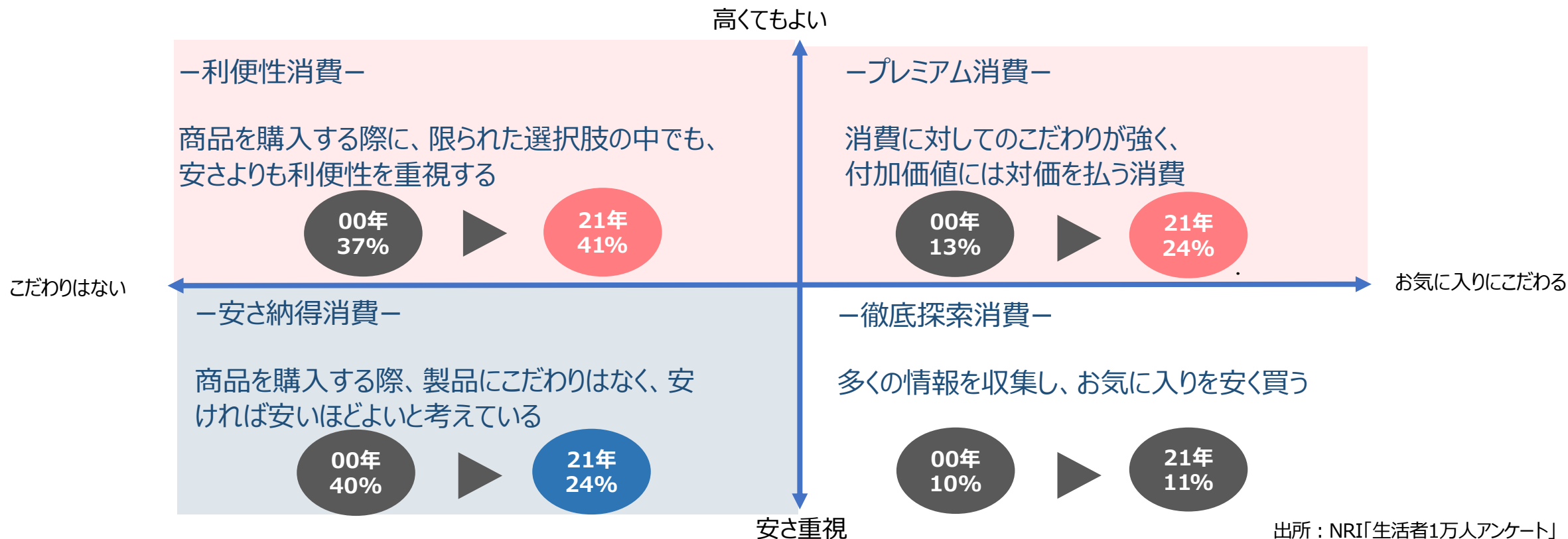
実際の暮らし

建物設計のブラッシュアップ・住まい手とのコミュニケーションの醸成

⇒計画段階で不確実な要素の検討が可能に



「消費」に対する消費者の変化 ー価格受容度の変化ー



利便性や理解ができる付加価値には対価を支払う人が年々増加。（利便性消費2000年比+4%プレミアム消費、2000年比+11%）

高価格帯の商品には特に、**付加価値の納得性**が非常に重要であることがわかる



「購買」に対する消費者の変化 -ブランド・レゾナンス・ピラミッド-

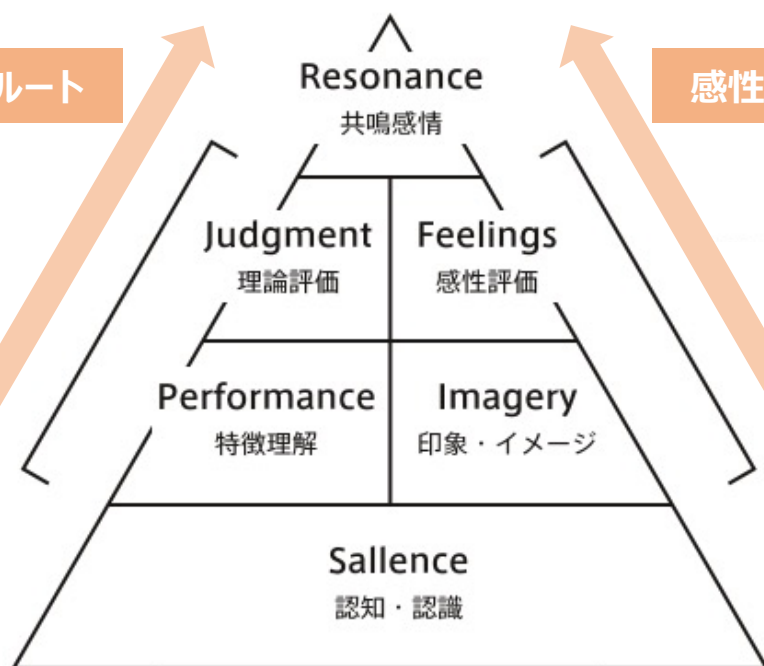
■ブランド・レゾナンス・ピラミッド

自社と自社の商品の価値を高める上で必要な手法

購買行動の実施

理論的ルート

感性的ルート

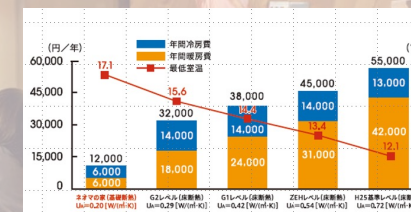


消費者の望むストーリー(感性価値)を実現する商品

消費者が求めるベネフィットに対して

左脳(論理的)、右脳(感性的)、どちらにも訴求して

自社が提供する商品を購買してもらう必要がある





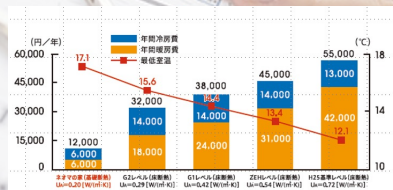
施主が満足する暮らしを実現するために必要な 2つの訴求

- ・提供する住宅で実現できる暮らし(感性訴求)と、それを実現するために必要な性能 (理性訴求)

理性に投げかける訴求

C値やUA値

エネルギーコスト



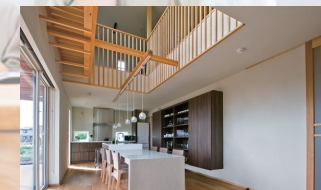
感性に投げかける訴求

モデルハウス体験

生活メリット



快適、
実感。



住まう人が享受できるメリットと、その為に必要な性能やコストを2つのルートで訴求することで、購買に繋がる



高級マットレス『エアウィーヴ』の事例 （感性・理性双方の納得性が必要）

■多数の実績のあるアスリートが採用していることをPR



[五輪選手が「マットレス」を持ち歩くワケ トップアスリートほど愛用している | PRESIDENT Online \(プレジデントオンライン\)](#)

■高級宿泊施設への導入し品質の高さを訴求。寝心地を体感できる工夫。



眠りの世界に品質を
The Quality Sleep
airweave

【感性評価 (feelings)】

品質が信頼ができる

- ・多数の一流アスリートの採用実績
- ・高級ホテルなどでの導入実績

【印象・イメージ (imagery)】

- ・良い品質
- ・多数のアスリートが使用している
- ・東京五輪の選手村での寝具に採用
- ・飛行機国際線のファーストクラスに採用

多数の実績のあるアスリートをCM等に起用することで、一流の品質イメージを訴求（感性）

「認知度は格段にアップしたが、これだけでは売上はそれほど伸びなかった。」（エアウィーヴ 高岡会長兼社長 談）



高級マットレス『エアウィーヴ』の事例 (感性・理性双方の納得性が必要)

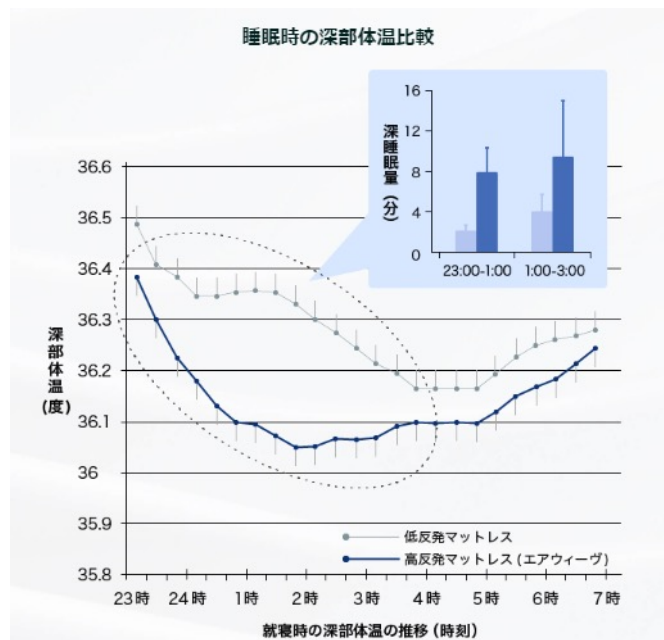
眠りの世界に品質を
The Quality Sleep
airweave

【理論評価 (judgment)】

科学的証明と採用するアスリートの実績

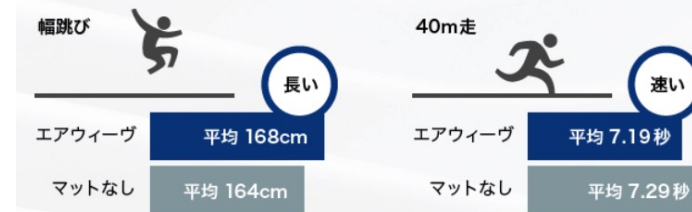
- ・睡眠の質が寝具の質が深い関係であることを科学的に証明
- ・寝具の違いで運動パフォーマンスに違いができることを実証

■大学や専門機関と連携した、科学的根拠の追求



睡眠ラボ | 睡眠の質を高めるマットレスパッド「エアウィーヴ」 (airweave.jp)

睡眠後の運動パフォーマンス比較実験



【特徴理解 (performance)】

- ・高級寝具
- ・適度な復元力/通気性/丸洗い可能

高品質なマットレス

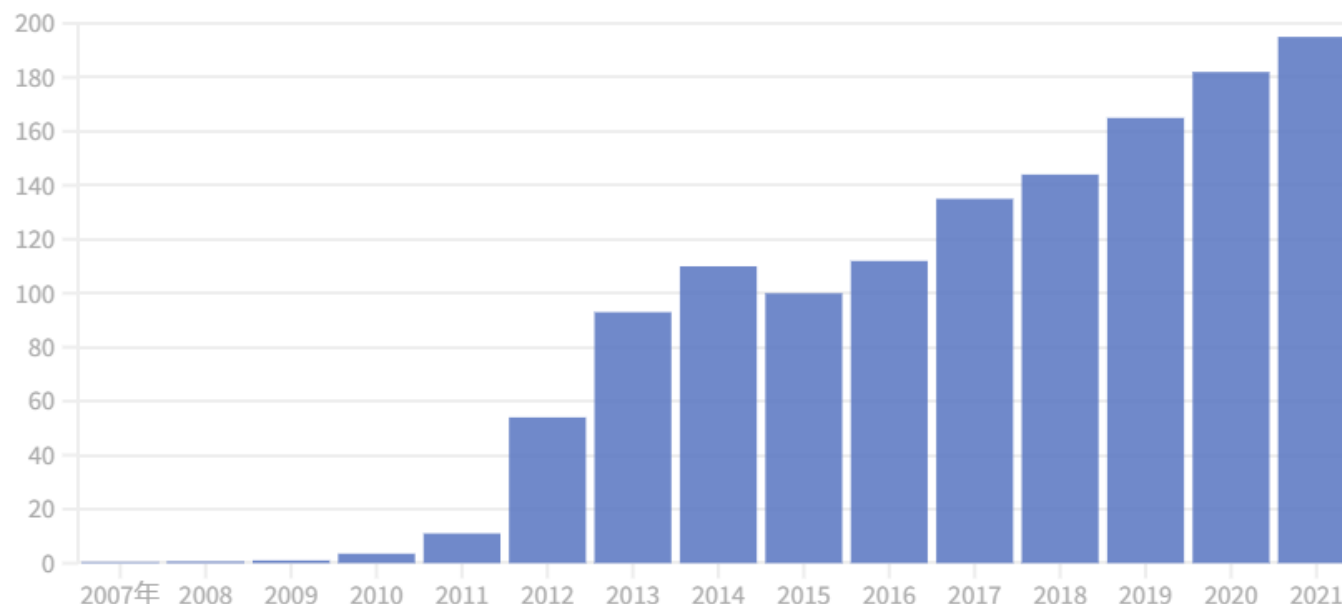
目に見えない“睡眠”の質や運動パフォーマンスへ、寝具の質が影響することを科学的に証明



高級マットレス『エアウィーヴ』の事例

(感性・理性双方の納得性が必要)

■ 売上高 (億円)



(注) エアウィーヴは12月期決算、2016年からロフテーが連結対象に入る

(出所) エアウィーヴの資料より東洋経済作成

眠りの世界に品質を

The Quality Sleep
airweave



睡眠と寝具の関係を科学的に実証 (理性) し、品質の高いブランドイメージを訴求 (感性)

両輪の価値提供により後発算入でも売上を好調に伸ばす



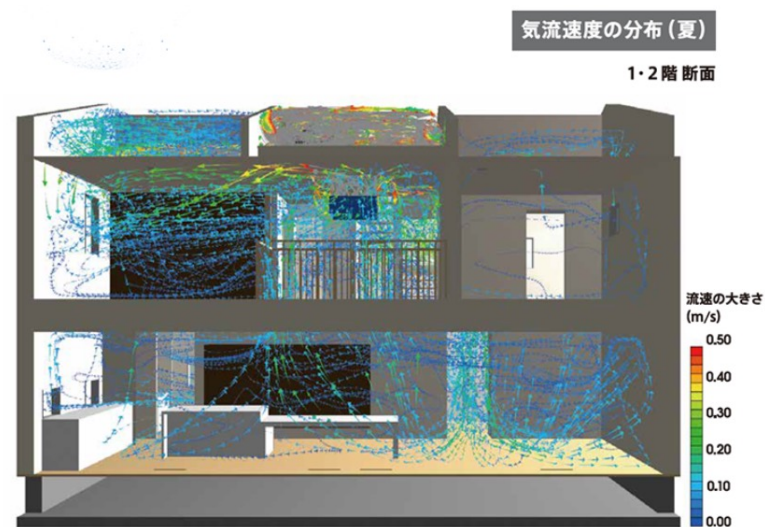
「快適」「住み心地」にも消費者が検討できる材料を

- 不確実性にあふれる住宅で、近年は可視化して消費者へ訴求する事例が増える

耐震性能のシミュレーション



室内の気流速度シミュレーション

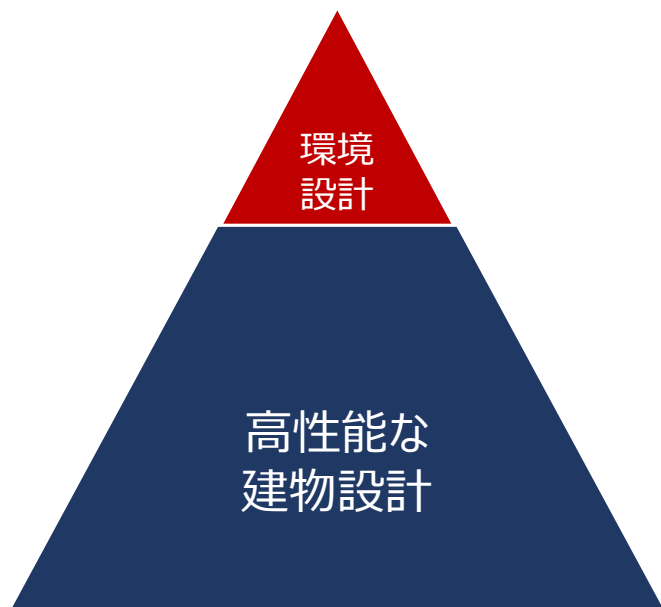


目に見えない不確実性を可視化することで、検討が可能に。

安心・安全を実感することで、高価格帯の価値の納得につながる



建物設計＋環境設計により、住まいのLife time value の最大化へ



1. シミュレーションを可視化することで、「温熱空間」について住まい手とのコミュニケーションを実現
2. 環境設計を追加することで、建物の性能を最大限発揮ができるようなプランへブラッシュアップ

住まいの「不確実性」を「確実」に近づけることが、長期視点の家作りに繋がる



NEOMA ACADEMY -良質空間計画-

NEOMA ACADEMY Vol.011 「2つの設計による Life time valueの最大化～実践編～」

—開催日時—

2022年 9月9日(金) 17:00～18:30 ※時間は若干左右する可能性があります

谷口 景一郎

Keiichiro Taniguchi

講師紹介

スタジオノラ 共同主宰

東京大学大学院 特任准教授

専門は建築環境工学、建築環境デザイン

東京大学大学院工学系研究科建築学専攻修士課程修了後、

日建設計に入社し設計のプロジェクトに7年携わる。

2016年にスタジオノラを立ち上げ、同年より東京大学大学院特任助教。

2022年より東京大学大学院特任准教授。

設計時におけるシミュレーション技術の活用による省エネルギーかつ快適な建築物の設計手法の構築に取り組む。



断熱材の販売だけでなく、様々な場面でお手伝い出来るよう準備しています



市場調査

外部環境、競合状況など包括的に調査し
経営戦略立案に向けた提案を行う



経営戦略

市場調査から現状把握、課題設定、ターゲットなどの
経営戦略立案からマーケティングをサポート



断熱提案

設定した経営戦略に基づき、住宅仕様を、断熱、日射
エネルギーコストを外皮を含めて提案



プロモーション

設定したターゲットに合わせたプロモーションをカタログ、
WEBなど通じて集客からクロージングまで支援



教育

工法、断熱などに加えて、市場に合わせた研修会開催
次世代の経営幹部育成も支援

世界にやさしい
ほうが格好いい。
家づくりもそうだ。



これは、生き方の提案です。

断熱して夏涼しく、冬暖かく、快適に暮らすこと。
あなたのためだけの選択ではありません。
断熱することで、少ないエネルギーで暮らせる。
その分、世界のエネルギー消費量も減らせる。
それは、世界の誰かのためになる。

旭化成とはじめませんか。

NEOMA[®]FOAM

ネオマフォーム



お知らせとお願い

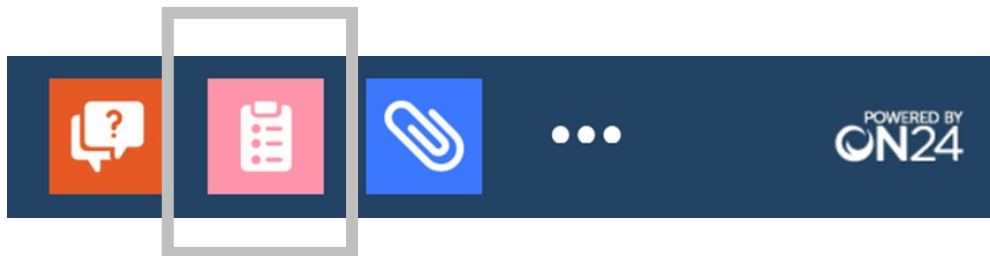
- セミナー終了後のアンケートへのご協力お願い致します。
※終了後自動的にアンケート画面へ移行します
- 今回のアーカイブは準備が整い次第、ご連絡させていただきます。
※申込者に限定して配信を予定
- 本セミナーに関するお問い合わせなどありましたら、事務局にお問合せ下さい。

本日はご清聴、有難うございました。
引き続きNEOMA ACADEMYを宜しくお願い致します。



アンケートへの回答方法

- 画面 下部のアンケートボタンをクリック



アンケートボタン

- ウェビナー終了後に
自動的アンケート画面に移動



■ アンケートが表示されますので回答にご協力ください



NEOMA ACADEMY

姓

*

名

*

メール アドレス

*

業種

*

今回のセミナー全般について

*

今回のセミナーを知ったきっかけ

*

貴社の標準的な断熱レベルを教えてください

選択...



今回の講演を聞いて、どのような事を知りたいですか？

*

その他ご意見ご要望がございましたらご記入下さい
(将来の暮らしの可能性に関して気になるテーマや技術など)

*

ない場合はなしとご記入ください。



008

「永く住み継ぐことができる、住まいの温熱環境の在り方とものさし」

講師 岩前 篤氏

近畿大学 建築学部学部長

アーカイブ配信中

2022年3月29日（火）

17：00～18：30

009

「これからの家作りで考える、気候変動の抑制と適応」

講師 岡 和孝氏

国立環境研究所 気候変動適応センター

アーカイブ配信中

2022年5月26日（木）

17：00～18：30

010

「2つの設計による Life time valueの最大化」

講師 谷口 景一郎氏

スタジオノラ 共同主宰 東京大学大学院 特任准教授

アーカイブ配信予定

2022年7月29日（金）

17：00～18:30

011

「2つの設計による Life time valueの最大化～実践編～」

講師 谷口 景一郎氏

スタジオノラ 共同主宰 東京大学大学院 特任准教授

2022年9月9日（金）

17：00～18:30 予定



お知らせとお願い

- セミナー終了後のアンケートへのご協力お願い致します。
※終了後自動的にアンケート画面へ移行します
- 今回のアーカイブは準備が整い次第、ご連絡させていただきます。
※申込者に限定して配信を予定
- 本セミナーに関するお問い合わせなどありましたら、事務局にお問合せ下さい。

本日はご清聴、有難うございました。
引き続きNEOMA ACADEMYを宜しくお願い致します。



NEOMA ACADEMY

講演は終了しました
ご参加いただきありがとうございました