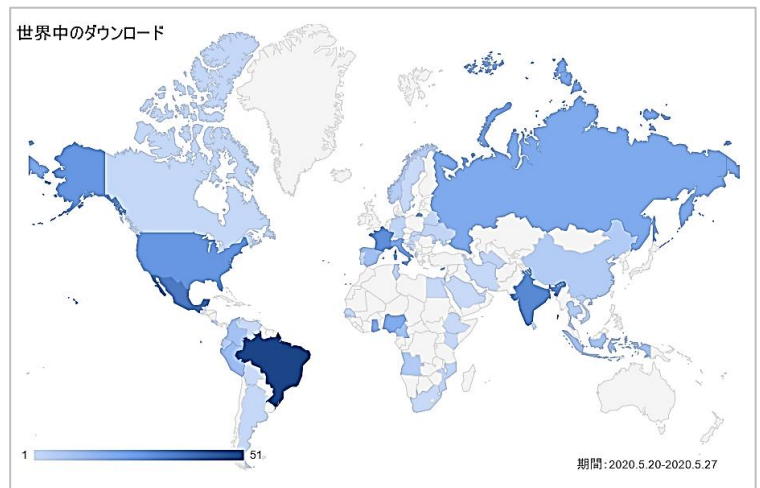
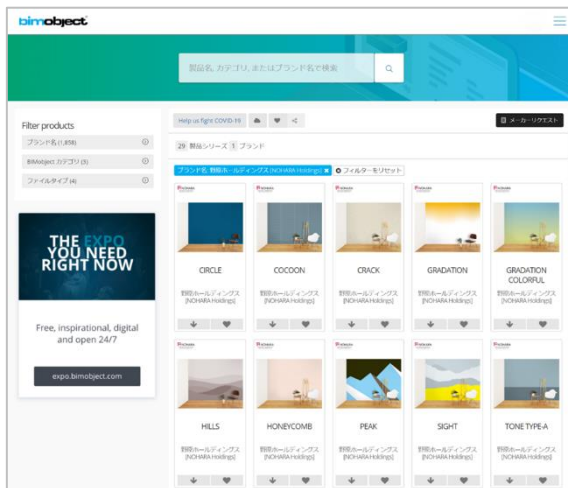


## アフターコロナのニューノーマルは建材情報のデータ化 壁紙ブランド「Wh0 (フー)」 10柄・124色を BIM データ掲載 ～壁紙も BIM でデジタルチャネルの強化へ～

BIMobject Japan 株式会社(本社：東京都新宿区、代表取締役社長：東 政宏)は、2020年5月20日に壁紙ブランド「Wh0 (フー)」の10柄・124色をBIMobject® Cloudに掲載しました。BIM<sup>1</sup>が普及している欧米では、塗料・シートを含め、建設に関わるあらゆる情報が BIM オブジェクト化されています。壁紙は平面的な表層建材ですが、Wh0の柄は掲載一週間後に世界57カ国で442ダウンロード、総ビュー数741件を記録しました<sup>2</sup>。BIMobject® Cloud から壁紙ブランド「Wh0 (フー)」公式サイト( <https://whohw.jp/> )への流入もみられ、BIMobject® Cloud への掲載がデジタルチャネルの強化につながることがわかりました。



新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) を契機に、あらゆる分野で変化が起きています。ステイホームによる自宅環境の改善に「Wh0」の壁紙は最適です。また、世界的にオンライン化・デジタル化が急速に普及する中、建設業界でのデジタル化の一步は、建材情報のデータ化です。イノベーション・デジタルライゼーション・グローバル化をビジョンとする野原グループは、建設に関わる全ての建材・家具メーカーさまのデジタル化を積極的にサポートして参ります。

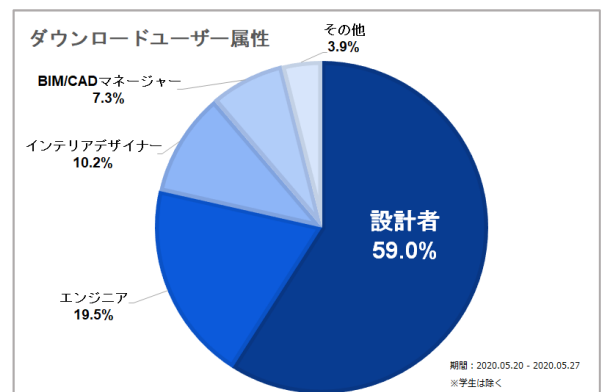
### クラウドストレージとしての BIMobject® Cloud の可能性

建材・家具業界では、コロナ禍によりショールームのデータ化、バーチャルショールームの開設が急増しています。一方、建材の中でも表層材である壁紙は、各メーカーサイトにデジタルカタログが掲載されているのが主流です。

野原グループの壁紙ブランド「Wh0」は、2015年ブランド立ち上げ時より、ビジネスモデル(柄の公開、サンプル案内など)にデジタル・オンラインを取り入れています。流行に敏感な新柄を定期的に発表するなど、デジタルならではのスピーディな事業展開で、順調に事業規模を拡大しています。

今回、新たなデジタルチャネルとして、BIMobject® Cloud に「Wh0」を掲載。

ダウンロード数やそのユーザー属性(設計者が半数以上)を見たインテリアスタイルカンパニー(「Wh0」の企画販売)の近藤浩正カンパニー長は、次の通りコメントしています。



## <近藤浩正カンパニー長のコメント>

“ WhO は、流行にあったタイムリーな新柄発表による多彩な柄展開が特徴で、現在総柄数は約 2,000 以上です。

今回、人気の柄を BIMObject® Cloud に掲載してみて、**デザインデータのプラットフォームとしての可能性**を感じました。

今までとは違った顧客への認知が期待できる新チャネルであるだけでなく、**WhO の豊富な柄データの格納場所(クラウドストレージ)**にもなりえると実感しています。自社で新たに開設・運用するよりも時間もコストも抑えられます。

WhO は自サイトを中心にビジネスモデルを展開しています。**BCP の一環(自サイトのリスクヘッジ)としても BIMObject® Cloud を使えるのではないかと**思いました。

今後、建設業界では設計士、建材の営業マンもテレワークが主流になるかもしれません。

実は、以前から設計事務所やデザイン関係者から WhO のプレゼン用データを要望されていました。

**BIMObject® Cloud に自社製品を掲載**しておくことで、**テレワーク中の設計士が作成するプレゼン資料に使いやすくな**ったり、**営業マンが訪問先で柄を手軽に紹介**できたり、働き方改革にも有用ではないでしょうか。”

## コロナ第 2 波を見据えたデジタル活用

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）を契機に、あらゆる分野で世界的にオンライン化・デジタル化が急速に進み始めました。国内を見ても、政府は、国をあげての DX（デジタルトランスフォーメーション）を一層推し進める旨を宣言しています。非対面でのデジタルを活用した社会・産業活動、PR は、より一層増加していくと考えられます。

建築、建材業界でも、ウィズ／アフターコロナ時代を見据えこれまでのアナログからデジタルへの移行が徐々に進んでいます。建材業界のデジタル化の第一歩は、自社製品のデータ化です。

イノベーション・デジタルイノベーション・グローバルイノベーションをビジョンとする野原グループは、建設に関わる全ての建材・家具メーカーさまのデジタル化を積極的にサポートして参ります<sup>3</sup>。

## 壁紙ブランド「WhO」について

「WhO（フー）」は、より美しく、より愛され、より良い空間を目指し、新しい表現を模索する人のための壁紙ブランドです。2015 年 7 月に、家具・空間・プロダクト・グラフィックのデザインから食、アートにわたってさまざまなクリエイティブ活動を展開する「graf」プロデュースのもと、壁紙ブランド「WhO」を立ち上げました。

海外ではすでにトレンドとなっている感性豊かで多様な壁紙デザイン。「WhO」は、日本における壁紙の可能性を広げながら、日本の住まいや空間に適した、日本人の感性にあうデザインの壁紙を提供しています。住まい手にとってより豊かな空間を提供する手段として、個性的で表情豊かなラインナップを揃え、2016 年にはグッドデザイン賞を受賞しています。

デザイン性と高品質にこだわった「WhO」は、今後さらに拡大するであろう日本のリフォーム・リノベーション市場や、装飾ビジュアル化が進む宿泊施設、店舗・不動産物件などにおいて、より特徴的で美しく空間を彩るデザイン性の高い壁紙に対するニーズに応えてまいります。

# whO



【WEB】 <https://whohw.jp/>

## BIMobject Japan 株式会社について

---

建設業を主要事業とする野原グループは、イノベーション・デジタルイゼーション・グローバルイゼーションをビジョンに掲げております。

2017年12月、建設に関わる諸情報をデジタル化し国内におけるBIM活用をサポートする目的で誕生したのがBIMobject Japan 株式会社です。BIMobject Japanは、BIMobject社が世界をリードしてきたテクノロジーと、野原グループが1947年の創立以来(創業1598年)、日本の建設文化に貢献し得られた信用・信頼を融合させ、国内建設業界の重要なデジタル情報の集まるプラットフォームを目指します。

私たちは、建物のライフサイクルマネジメントにおいて重要な情報元となる建設資材や設備等のメーカー製品情報のデジタル化を事業の根幹とし、BIMobject社のグローバルな、先進的で拡張性のあるクラウドソリューションを通じ、日本における建設情報のデジタル化と情報価値の最大化に貢献します。

同時に、日本企業のグローバルデジタルマーケティングを支援し、優れた製品をデジタルデータとしてスピーディに全世界にお届けします。

【BIMobject®公式サイト】 <https://bimobject.com/ja>



### 【会社概要】

本社：東京都新宿区新宿 1-1-11

資本金：274,214,025円

代表取締役社長：東政宏

### 【壁紙「Who (フー)」に関するお客さまからの問合せ先】

野原ホールディングス株式会社 インテリアスタイルカンパニー

TEL：03-6328-0783

メール：[info@whohw.jp](mailto:info@whohw.jp)

WEB：<https://whohw.jp/>

### 【BIMobject®に関するお客さまからの問合せ先】

BIMobject Japan 株式会社

メール：[japan@bimobject.com](mailto:japan@bimobject.com)

### 【本リリースに関する報道関係者からの問合せ先】

野原ホールディングス株式会社 社長室(担当：齋藤、青木)

TEL：03-6328-1576

---

<sup>1</sup>BIMに関する用語説明は別紙2にまとめています。

<sup>2</sup>プレビューやダウンロードについて、身近な例で置き換えると、「コンビニに行き(BIMライブラリーサイトを訪れ)、商品棚にある商品から(サイトに掲載されているBIMデータから)、いくつか気になる商品を手に取り(プレビュー表示させ)、比較検討し、買い物カゴに入れる(ダウンロードする)」ことを意味します。

<sup>3</sup>野原グループは、グループのオリジナル製品のデジタル化を進めています。

これまでに間接照明ユニット「N-PITA(エヌピタ)」、再生木材ブランド「WOODSPEC フェザールーバー」、超軽量天井材「CARLTON(カールトン)」、吊り下げ式装飾材「CARLTON CLOUD」をBIMオブジェクトとしてBIMobject® Cloudに掲載しています。

詳しくは、別紙1をご覧ください。