

## アース21 十勝例会報告

平成19年度 第5回

開催日 平成 20 年 1 月 22 日(火)・23 日(水)

参加者 出席36名

### ●1月22日(火)

集合 13:00 ホテル集合・合流の後、バスにて移動 各社の現場を見学する。

ホクセイハウス(清水)フレーミング現場、広岡建設(帯広市内)完了現場、北栄建設(帯広市内)フレーミング現場、岡本建設(札内)完了現場



写真:左上から ホクセイハウス(外観)、広岡現場(内部)、北栄建設X2、岡本建設(高橋邸)X2+熱交換換気。

最初のホクセイハウスの現場では様々な議論が盛んに行われた。広岡建設の現場では「帯広で仕事量を確保している優良なビルダーで、レトロ可愛いという定評のある」(山口氏・談)の内部仕上げ、開口部などを中心に見学。続いて「帯広で、これまた仕事量を確保している優良なビルダーで、シンプルモダンならここと定評のある」(山口氏・談)北栄建設の現場を見学する。最後に岡本建設の写真である高橋さんの完成現場を視察。現場の完成度の高さと、30代前半で立派な住宅を建てられる社員がいる会社として感嘆の声が上がった現場であった。

5:00 ホテル着

6:30 宿泊先である十勝川温泉 ホテル大平原 にて懇親会。

### ●1月23日(水)

8:30~9:00 挨拶・委員会報告・事務局連絡

・橋本会長と武部建設専務より全建連の情報提供があった。

・企画委員長より11月の見学ツアーの報告があった。

9:00～10:00

1、2008 新法・新規制度ポイント 解説 住宅通信社 郡司氏

2035年の道内人口441万人時代を見据えた住宅マーケットの予測について解説があった。

30年間で121万人の人口が減少するという推測を確認。

2、住宅産業の明日を考える ウッズ建築設計事務所 山口 正氏

工務店の明日を考えると題したレジュメを基に、住宅需要の推移、行政の変革など多彩なテーマで講演。

明るい未来を模索する内容であった。

10:45 グループ討議

12:00～ 各グループリーダーよりまとめの発表(下記は後日提出したレポート)

Aグループ

アース21 十勝例会 グループ討論会 Aグループ

十勝例会の分科会の討議の内容

ポイント

第一 地域に根ざした工務店というのは？

第二 又、工務店として地域に責任を持って活動していくために  
ゆるぎない会社にするための”いろは”を学び実践していくこと

第三 そのための勉強会をしていく  
その学び方を今年度はきちんとしていこう

●新濱さん

2年前くらいから常設モデルを始めた。宣伝が大事。

昨年、広告会社のイベントに参加。道新(旭川版)旭川は宣伝が安い！！

個々の宣伝も大事だが、アース21を全面的にアピールして行くべき。ハウスメーカーが意識している。

●川田さん

土地が無く、新日鉄の有給地を地元4社で宅地購入した。総額2億円で土地40区画。

1社8区画の割当て。土地の獲得で、常設モデルをしようか・・・

でも、当社には営業マンがないので予約制の展示会も考えている。

アース21のシート看板でアピール。HPを充実させたい。

●魚住

家の外観デザインが偏っていては根室の場合仕事にならない。内外問わず、どんなデザインにも対応。

●高橋さん(ホクセイハウス)

オール電化住宅にしてランニングコストが安く、2件程省エネになり喜ばれた。

●升本さん

自社パンフレットを作り宣伝する。

●相澤さん(北清建設)

HP の作成に力を入れる。

今年は内覧会や事務所の改築を行いアピールする。

●高橋さん(岡本建設)

ウッズ設計 山口所長の工務店を考える(工務店の方向性についての 10 ポイントについて)

弊社のアフター対応としては、出来るだけお客様の立場になり可能な限り修理、補修 等を引き渡し5年間は行う計画が有ります。(現場内容の判断は会社が行います。) この様なスタンスでお客様と対応出来る非常に有り難い事だと思います。

この事から分かることが下記の内容です。

経営者の考えやポリシーはアース21やその他の組織での情報交換などで日々

③ポリシーに沿った勉強をしていると思い。③ポリシーに沿った勉強をする事は ①経営者自身がしっかりとした方向性が有る と言う事で、向上心の高い工務店同士の勉強会や組織活動が有ると思い。

①経営者に自身がしっかりとした方向性が有る事は ②そのポリシーに自身を持っている ので方向性がブレていません。②そのポリシーに自身を持っているので ⑤顧客 OB 客に最善のサービスを提供する努力を惜しまない お客様に満足させる対応が出来ると思います。

⑤顧客 OB 客に最善のサービスを提供する努力を惜しまない事は

④顧客の利益優先 ⑥顧客に還元 に繋がっていると思います。

④顧客の利益優先 ⑥顧客に還元 この2項目は

⑦知己にアピールしている お客様にアピールしている事で営業マンのいない工務店 にとって最重要であると思います。

⑦地域にアピールしている 地域(客様)にアピール出来ることは何より

⑧自社の財務内容を把握し経営の安定化を図っているので 柔軟な対応ができ、アピールが出来るのではと思います。

⑧自社の財務内容を把握し経営の安定化を図っている事は 日々のお客様の対応や何十年もの会社の歴史があつての物だと思います。

⑨住宅造りが好きで熱い思いがある ので今の会社があるのではと思います。

文頭のこのようなスタンスでお客様と対応出来る非常に有り難い事だと思います。の一文は非常に内容の濃いもので 会社の長い歴史で蓄積によって出来る事だと実感が沸き、今後の自分自身の対応にも身が入ります。

●赤坂さん

広告は人任せにしないで、こだわりを持った広告・パンフレットを自ら提供する。

HP が最近よく見られている。クレームを大事にする。

難しいお客様うまく対応すると二世代までつながって仕事が貰えた。

●今北さん

内覧会は、冬こそチャンスだ。あたたかい家のアピールが出来る。

●山口さん

現場見学会は、気合を入れて頑張っていく。年に何回も見学会をやっているとマンネリになり

お客への対応が悪くなる事がある。パンフレットは、アース21で基本的なパターン を考えて作ってみる。見せるHPを作る。実行は内実をさらけ出す事だ！！

●橋本会長

私達、アース21の姿勢として大事に思っていることは お客様がもとめている事を真剣に受け止め常に鍛練していく事である

Bグループ

Cグループ

議題

工務店の明日を考える

議題が中長期の内容のため後継者問題が話題の中心になりました。各社状況が違うので同じ意見には当然ありませんでしたが、皆さんそれぞれ将来の布石をとっているのが分かる議論でした。

●高橋さん(ハウジングシステム)

住宅通信社の人口減の話は心に重くのしかかった。

●菊澤さん

いずれにしても人材育成がカギで特に若い人達を育てるのが大きな課題である。

人口減の中での生き残りのポイントは「特徴のある家」づくりが出来るかどうか。それが出来れば競合が無くなり生き残れる。

●芦野さん(専務)

良い会社にして第三者に引き継ぐか、悪い会社なら身内が引き継ぐしかないと言うのが社長の考えだ。お客さんに理解してもらうための方法として住まい情報誌は見てもらうことが大切と思う。だから例えば床屋や銀行などに置いてもらってはどうか。

●神谷さん

10年保証を付け始めた。今までのお客さんに対して後10年は現役を続けて対処、これからのお客さんには10年保証という考え。万が一何かあった時のために内部留保を積むようにしている。新しいケースとしてOB客から田舎暮らしの土地建物の斡旋を頼まれた。こんなニーズもこれからまだ出るのではないか。

●外城さん

若手の出番を増やすように心掛けている。OB客回りをしたら仕事が出だした。

●小川さん

中長期の視点で見れば工務店同士で大工などの人材、材料、土場などの経営資源を共同で使いまわす事で財務状況を良くする必要があると感じている。