

7-10面 特集/空き家

増え続ける空き家対策の最前線

現在、日本の家の1割以上が空き家で、四国などを中心に2割に迫ろうという地域も多い。急増する空き家に対する国の政策、民間の動きの最前線をまとめた。



株式会社ダイテック / 福井コンピュータアーキテクト株式会社
工務店の利益と受注を支える工務店クラウド
 いまだと、無償体験版あり
全国セミナー開催中
 詳しくは ▶ TEL.03-6262-3225
 ホームページリニューアルしました!
 今すぐクリック ▶ 工務店クラウド 検索
<http://komuten.jp>

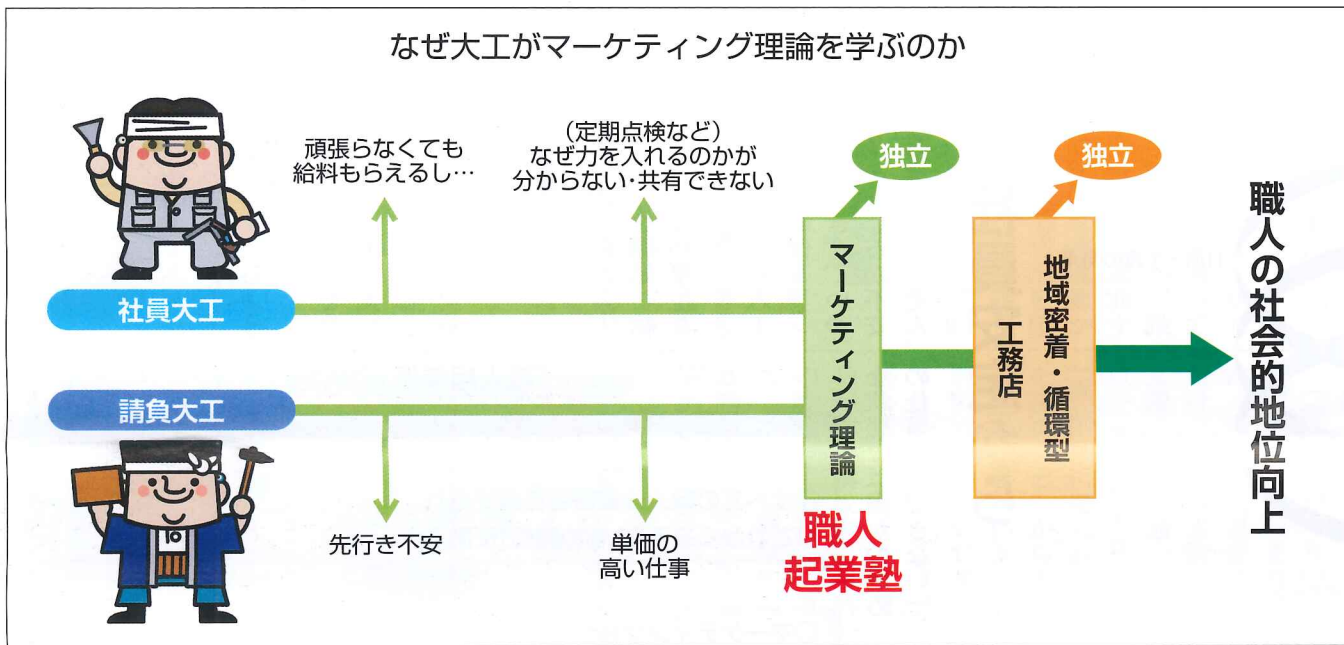
3面	トピック/技術	HEAT20が目指す断熱レベル提唱
5面	インタビュー/人	パウビオロジーは学びの教材
6面	ビジネス/ストック入門	工務店は「住まいの総合窓口」に
11面	データ/2月住宅着工	持ち家も緩やかな回復の兆し
15面	新商品/ITサービス	家の入口に「ロボット」設置

最新ニュースを毎日更新
 新建ハウジングDIGITAL <http://s-housing.jp/>
 お問合せ先: フリーダイヤル **0120-47-4341**

東京 〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町3-27剛堂会館ビル5F TEL(03)3556-5525
 長野 〒380-8622 長野県長野市南泉町686-8 TEL(026)234-1211
 購読料(半年間)12,000円(本体)+税 毎月10日・20日・30日(冊子プラスワン付録)発行

職人がマーケティング学ぶ時代

「社員大工」は最新トレンド



「職人こそマーケティングを学ぶべき」。その理念を掲げ、職人のための「職人起業塾」を月1回開催している工務店がある。すみれ建築工房(神戸市西区)だ。代表取締役の高橋剛志さんは「職人不足が進行する中で生き残るには、地域密着の強みを引き立てていかないとけない。そのためには大工を社員化し、現代のマーケティングを教えていく必要がある」と話す。

地域密着の強みを引き立てる 仕事の意味を知りやがいがい

大工が工務店生かす
 同社代表の高橋さんは「職人こそマーケティングを学び、経営感覚を身につけなければならぬ」と、1年半前に「職人起業塾」と名付けた無料セミナーを開始した。初めは社員大工向けだったが、評判を呼び、協力会社の職人も集まってきたことからオープン化。月1回高橋さんが講師となり、今年4月に20回目を迎える。

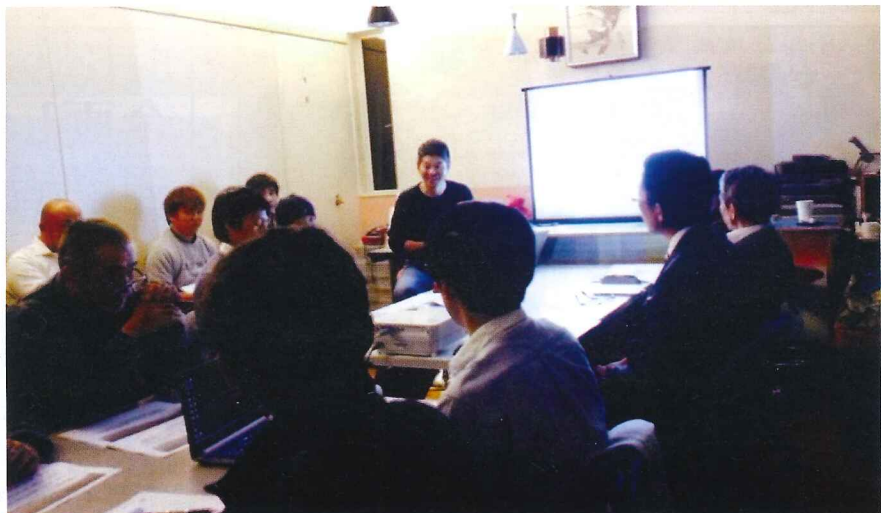
「職人不足は待ったなし。10年すれば立ち行かなくなる会社だらけになる。職人のいる会社は絶対に生き残れる」と高橋さん。「ただし、経営理念の浸透なくしては職人の内製化はない。それこそ職人を生かす道で、工務店の一番の強み」と話す。

社員大工で定期点検
 同社はOB客に年2回の定期点検を実施しているが、現在は半年ごと1200軒を訪ねる。担当のおよそ10

人の社員大工。これを支えているのが、一人ひとりが理解するマーケティングの理論とその仕組みだ。

「『目先の利益』にとられず、例えば施主との会話や施工現場をきれいにしておくこと、それがなぜ重要なのか。理論として体系的に学ぶことで、職人は「自分事」ととらえ、定期点検に代表される目の前の作業に誠意を込めて向き合える」

(2面に続く)



毎月行われている「職人起業塾」の様子。中央が代表の高橋剛志さん

省エネ等級4適合
サーモウルで断熱リフォーム
 羊毛断熱材
サーモウル
 ●断熱性向上 ●結露を抑制 ●高単施工 ●防漏層不要

「社員大工」は最新トレンド

(1面からのつづき)



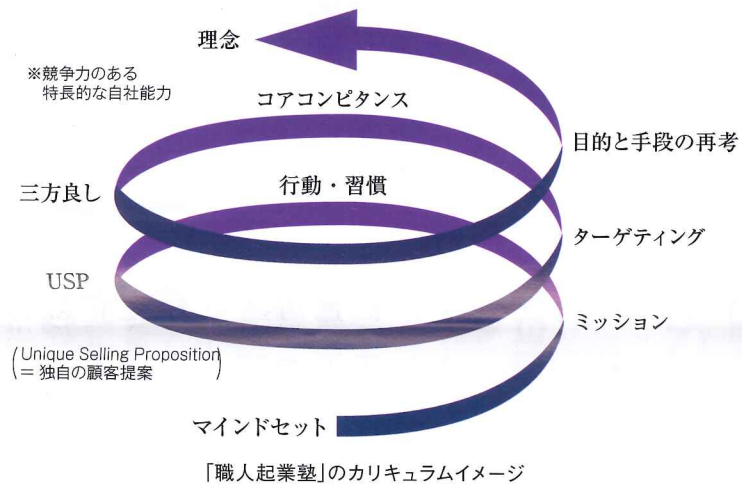
「職人起業塾」はグループ形式で、その回のテーマについて個人が発表しながら進めていく

経営感覚が備われれば強い

「顧客を囲い込み、」

地域貢献は社員安定から

「これに対し社員大工は、顧客から『感動した』と言われれば評価が上がる。逆に手直しやクレームは一気に信頼を失うばかりか赤字になることを理解している。そのため実行



「職人起業塾」のカリキュラムイメージ

情報過多といわれる社会のなか「本物の仕事」を求める顧客が増えてきたことを高橋さんは実感するという。「職人こそマーケティングを学ぶべき」という信念は、そうした社会の変化も受けたもの。今後はますます顧客創出の意識が必要だと考える。

そのため社員大工に



自身も大工出身のすみれ建築工房代表取締役・高橋剛志さん

職人こそ濃密な顧客接点

経営者目線の職人

すみれ建築工房代表の高橋剛志さんは職人起業塾で、マーケティング理論を「将来にわたり持続的に売上・利益を上げる仕組み」と伝えている。経営コンサルタントの考えにもとづくものだが「職人こそマーケティングを学ぶべき」という信念は、高橋さん自身が「職人の社会的地位向上」のために何をすべきかを考えた結果だ。

「顧客を囲い込み、」

ファン化し、競争の少ない環境で受注ができていない会社は派手な売上こそないが、経営が安定している。工務店はこれに地域密着を加えたモデルを目指したい。たどり着いたのが「マーケティング理論を理解・実践する社員大工」だった。

「地域循環型の経営モデルでは、顧客との接点が非常に重要。着工から竣工まで現場に常駐する大工は、その接点が誰より濃密だ。大工が経営意識を持ち、目の前の現場の取っ手だけでなく次のリピート・紹介まで意識してコミュニケーションや行動ができれば、

その会社は強い」

外注の請負大工は、どうしても早く仕上げることが最優先。量をこなせばその分収入になる。が、極端なスピード重視は施工・サービス品質の低下を招くおそれが否めない。地域密着の工務店にとってそれは、即、次の受注機

「これに対し社員大工は、顧客から『感動した』と言われれば評価が上がる。逆に手直しやクレームは一気に信頼を失うばかりか赤字になることを理解している。そのため実行

予算の範囲内であれば少々コストがかかってもいい仕事をするようになる」

積極的に「施主を喜ばせたい」と考え実行できるのは、経営者と同じ目線に立つからだ。

積極的に「施主を喜ばせたい」と考え実行できるのは、経営者と同じ目線に立つからだ。

「職人起業塾」の内容

- マーケティングとは「将来にわたり継続・持続的に利益を上げ続けられる仕組み」である
- すべての職人は経営者目線であれ
- これから来る「本物の時代」に備えよ

↓

- マーケティング理論を体系的に学ぶ
 - 第1回：在り方がマーケティングの出発点
 - ・意識を変えること
 - ・人生の目的を考える
 - ・緊急性の低い重要なことへのアプローチ
 - 第2回：スモールビジネスの鉄則とは
 - ・自分の強みを明らかにする
 - ・ご縁を紡ぐ
 - ・大福帳こそ未来の鍵
 - 第3回：信用と信頼で未来をつくる
 - ・弱みこそ胸を張って伝える
 - ・三方よしとWIN-WIN
 - ・なんのために、を考える
 - 第4回、第5回…

↓

全ての職人が起業できる可能性
全ての職人が未来に希望を持ち、安心して仕事ができ、主体的に人生をコントロールできるようにする

カナダのトップブランド

アイシネンフォーム

家にも、人にも、環境にも
快適・安全・安心の多彩なメリット

- 高気密高断熱
- 100倍発泡
- VOCフリー
- 柔軟・追従性
- 生産製品保証

信頼の世界品質 アイシネン気密・断熱システム

アイシネン株式会社 アイシネン アジア・パシフィック

http://www.icynene.co.jp

〒110-0041 東京都港区麻布台2-3-22 TEL.03-6685-7111 FAX.03-6685-7112

5月連休前後に現場見学会を企画している
経営者の皆様へ

(講師が直接指導。実技指導も行います)

★御社の会議室或いは、近くのセミナー室を借りて住宅コンサルタントが御社の営業関係者全員に「成功する現場見学会の極意」を3時間のセミナー講習致します。

★受講会社には、営業促進CD-R定価50,000円(現場見学会企画・接客・追客)を無償提供します。

詳細は… <http://js-system.jp>

株式会社 住宅サポート・システム

資料請求・お申し込み・お問い合わせ ☎049-245-1445 ✉support.i@r5.dion.ne.jp