

読む



ビタミン

地域に根ざす工務店

・リフォーム店を元気にするビタミンです。

2017年1月号

「今月の一言」

楽しむ

楽しむためには「楽しみ方」があるようです。

みんなが「こういうことをやりたいのか」と
すぐ予想できることをやるのは、つまらない。

2年後、3年後に
「ああ、なるほど、こういうことだったのか」

流石!

気持ちのいい楽しみ方、新年1月にスタートを!!



未来に向かい帆を上げよう

羅針盤

住宅業界の動向やこれからの住宅事業に関するヒントを提供する「羅針盤」。ちょっと気になる話題から明日の事業運営を考えてみましょう。

「やる気と前向き」

新年明けましておめでとうございます。
本年も「読むビタミン」とTEAM会援隊をよろしくお願い申し上げます。

なかなかまとまった時間が取れないがゆえに、観たいテレビ番組を録画しておいてこの正月にまとめて観ました。その中に村上龍氏の「カンブリア宮殿」という番組があり、様々な企業の取組みを紹介していました。何週か分の放送の中でいくつかの企業に共通していたのが「社員のやる気と前向きな姿勢」をいかに産む出すか。この社員のやる気と前向きな姿勢こそ、混沌とした時代に生き残っていくための重要なエッセンスとなるらしい。これは大きな会社であれば「大企業病」に陥らないための対策となり、小さな会社では差別化や選ばれる会社になるための対策として重要な取り組みになる。

最近話題の「星のリゾート」も同様にこの社員のやる気と前向きな姿勢をいかに社内に根付かせるか苦労していると言っていた。なんでも80年代は、社員のやる気や前向きな姿勢というのは、社員一人ひとりの問題であり、社員自身がそのモチベーションをいかに持ち発揮するのか

ということではよかったが、現在の企業経営では、経営者の責任としてこの課題を捉え、環境や仕組みを造っていくことが望まれているとのこと。つまり会社の責任として社員のやる気や前向きな姿勢が発揮される環境を整える必要があるということらしい。

例えばある会社は、各自の作業の中で改善し効率化できるアイデアを1件提案すると200円もらえる。さらにそのアイデアが採用されたときには2万円～5万円の報奨金もらえるという仕組みを導入し、社内業務の効率化を図るとともにコストダウンを実践している。

別の会社ではトップ経営者が全国の店舗を廻り、入社間もないスタッフに「困っていること」「やりにくいこと」を聞き、社内業務の改善を続けている。これは入社間もないスタッフというところがミソで、自分の意見が会社の業務改善につながるという感覚を入社時から身につけさせることで、風通しのよい社風を構築することにつながるらしい。これら2社とも社員が中心になって会社の業務改善ができることが業績に大きく影響している良い事例なのだと思う。前述の星のリゾートも同様に社員が率先して業務改善のアイデアを出し実践することで顧客満足度をアップしてきたようである。

いずれにしても業務改善や顧客満足向上のための取り組みをトップダウンで行い、やらされ感満載の状況で行うより、ボトムアップ的に社員自身の発想で行ったほうが効果も大きいのでな





いだろうか。

昔から「全社一丸となって」とか「社員も経営者感覚を持って」など社員スタッフの前向きな姿勢ややる気を喚起するスローガンは多かった。しかしその思いは経営者の思惑通りには浸透しない。これは社風や企業文化が大きく影響しているようで、ひとりの社員がやる気を持って前向きに業務改善をやろうと意気込んでも、他の社員や上司がそのやる気をつぶす会社も多い。その結果誰一人前向きな提案をしなくなり、いずれ会社が低迷し活気の無い会社になってしまう。特に斜陽産業といわれる業種や歴史の長い業界がこの悪しき状況に陥りやすいと言われている。

住宅産業は、今後縮小せざるを得ない斜陽産業であり、長い歴史のある業界である。何もしなければこの悪しき状況に陥りやすい業界の最たるものである。新築が減ってきたからリフォームで何とかしたいけど思うように売上も利益も上がらない。コスト競争が激しく儲からない。インターネットの普及によりユーザーが知恵をつけてきたのでやりにくいなど、見方によれば悪い状況が続く業界でもある。そのような状況では社員もやる気を出せず、前向きに仕事もできない。結果、顧客

満足につながらず、受注が減り、利益も減り、拳句の果てに自分の給料が減ってますますやる気が持てなくなる。そんな悪循環に陥っていないだろうか。どこかでこの悪循環を断ち切り、好循環にしなければ会社の存続が危ぶまれる。何から手をつければ良いのか悩んでいる経営者も多いのではないだろうか。

前述の業績の良い会社経営者たちが言っていることで共通していたのは、「課題は現場にある」ということ。だとすれば会社の状況を好循環にするきっかけは現場にあるのではないだろうか。住宅業界の現場とは文字通り「住宅現場」もあるだろう。さらに設計という視点でみれば設計現場も現場となる。お客様との出会いをつくるイベントも現場であろうし、打合せやヒアリングをする場所も現場と考えられる。住宅会社が住宅を造るメーカーだと思えば、住宅の開発、設計、施工する場所やタイミングが現場となり、住宅を販売する会社だと思えば、販促や営業する場所やタイミングが現場となる。まずはそれら「現場担当者」の意見を収集してみることから始めてみてはいかがだろうか。「困っていることはないか」「やりにくいことはないか」「嫌なことはないか」など社員スタッフの苦情を拾うことからではどうだろうか。通り一遍に苦情シート

とか提案シートを設置しても多分意見など出てこない。まずはトップ経営者自ら何度も何度もくどいくらいに聞いて廻ることが重要だと前述の経営者も言っていた。社員のやる気や前向きな姿勢こそ、厳しい時代に入っていく住宅業界には必須なものであり、社風や企業文化を変え、意見が出やすい風通しのよい会社こそ、生き残っていける会社なのではないかと感じる。



住まいは幸せに暮らすためにあるのです。

暮らしのここ3

住まいづくりの目的が変わった現在。

生活者であるエンドユーザーは住まいに何を望んでいるのだろう。

我々が考えるその答えは「幸せな暮らし」。

価値観が多様化した現在で尚且つ定義が曖昧な顧客の幸せ感とはどのようなものなのか。

そこでターゲットとする顧客のニーズや想いを探り、

選ばれる住宅会社になるための住まいづくりを一緒に考えていきましょう。

「住宅建築家として」

「間取りあれこれ」まんが編

これからの時代を豊かに暮らすための間取りとはどうあればいいのか。時代によって変わってきたそれぞれの間取りを、マンガや歴史上に登場する住まいからちょっと探ってみましょう。

「ドラえもん」

サザエさんに続きもうひとつの国民的TVマンガが「ドラえもん」。

夢のような道具が出てくるドラえもんの異次元ポケットは誰でも欲しくなる一品ですが、何はともあれ、とにかくドラえもん（野比のび助）宅を見てみましょう。

原作のドラえもんは1969年（昭和44年）に小学館から発行されています。1973年（昭和48年）にTVマンガの放映が始まりました。時はまさに高度成長期時代。当時のサラリーマン



が夢に見たマイホームの代表例とも言える間取りです。玄関脇に応接室があったなんて気づ

きませんでした。この当時ではしごくあたり前のように設置され



ていました。多分これは、住宅の歴史を考えると「座敷」の名残として応接間があり、家を建てる人は「あって当然」と考えて造ったからなのではないかと思えます。当然応接間は客間ですから玄関の脇にあり、また日当たり、騒音など環境の良い場所に設置されていますが、どれほど利用されているのか・・・。

主な居室（居場所）は和室が中心というのもこの当時の主流だったんでしょう。のび太のご両親の部屋も和室です。注目したいのはこの和室（寝室）の床の間です。季節ごとの風物詩である雛人形や端午の節句を飾ったり、お正月には鏡餅が鎮座したりと日本文化を感じる場所でもあり、また日本の四季を感じられる場所でもあります。最近では床の間はおろか和室さえ存在しない住まいが多くなってきましたが、この和室、実は家族生活に大きな影響を与えている



はこのような住まいの中でちょっと気が引き締まる場所が必要だと思うのですがどうでしょう。

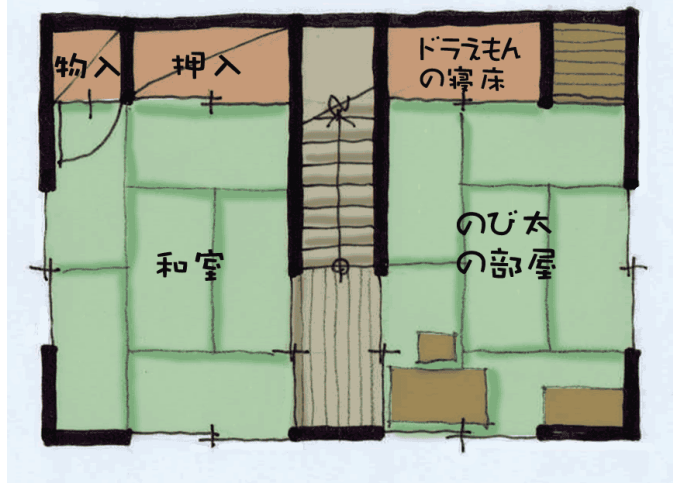
家族が集いコミュニケーションを育む場所としてダイニングが利用される間取りです。家族のコミュニケーションの最も多いシーンは食事ですが、のび太郎は居間が和室なので、茶の間として利用するのではな

く、ダイニングキッチンで食事をしているようです。多分、和室の居間はリビングとして利用していたのでしょう。それにしても気になるのはDKが狭いこと。ちょっと現実的な広さではありませんね。冷蔵庫や食器棚を置くとこの広さではちょっと厳しすぎます。さらに実は2階の和室をどのように使っているのかよく分から

ない。使われていない応接室といい、使用意図が不明な2



階の和室といい、狭いDKも含め、この家族の暮らしぶりにあっていない住まいの典型的な例ではないかと思います。でもこのように実際の暮らしぶりにあっていない住まいが現実にも事実。子どもの机の引き出しに異次元への出入り口が無いご家庭は、もう少し自分達の暮らしぶりにあわせた住まいにしたいものです。この機会に自宅の間取りと自分達の暮らしぶりを考え合わせながら、住まいのリフォームを考えてみるもの楽しいかもしれませんね。



んです。例えば“こどもをしつける場所”がなくなったこと。お宅ではお子さんをどこでかっていますか？前々回のサザエさんの家でも、波平さんの部屋には床の間が存在し、カツオ君はそこでよくしかられています。のび太君はお父さんよりお母さんにしかられるシーンが多いので、床の間で父親にしかられるシーンは記憶にありませんが、多分お父さんがしかると



きはこの床の間を背にしてしかっているのかも知れません。子どもが育つ過程で

年の初めに、親父の説教が聞きたくなったら—
「迷ったら、二つとも買え」



著者の現職は東京・新宿伊勢丹にあるバー「サロン・ド・シマジ」のマスター。

そのマスターがあなたの親父代わりに説教を垂れる。それは「無駄遣いのススメ」なんですね。

「なぜ、お金を使うといい顔になるのか。それは欲望を思い切り満足させているからだ。欲望をしっかり満足させていれば、自然のうちにすがすがしい顔になる。しかし、欲望を一切満足させずに、それこそ我慢の人生を送っていると、眉間に皺が出来、何やら小難しそうな顔が出来上がってしまう。オシャレの究極は『顔』である」。

さて目次を追っていくと

- ・「無駄遣い」はセンスを磨く
- ・「無駄遣い」は教養を高める
- ・「無駄遣い」は人脈を育む
- ・「無駄遣い」は自分の身を助ける

そして最後に

- ・「無駄遣い」が出来るようになるための10の教えが披露されます。

サロン・ド・シマジ 今週の格言 | 検索

「サロン・ド・シマジ」で島地氏が語ったことや、出されたお酒、島地氏のコーディネートを毎週更新していくコーナー。島地氏が短冊に直筆で書いた格言も紹介していきます。

「サロン・ド・シマジ」とは元週刊プレイボーイの編集長であり、現在は作家として活躍する島地 勝彦氏がプロデュースをするライフスタイルセレクトショップです。

週末には島地氏がバーマンとしてお酒を振舞い、大人の嗜みを教えています。