

# 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。

## 2018年1月号

「今月のひと言」

# 運

麻雀20年間無敗の‘雀鬼・桜井章一氏’は、「風と同じで運そのものを見ることはできませんが、それは現実になんらかの形をとって表現される」と。  
心とか意識とかも目に見える物としては存在していませんが、ちゃんとあるように。

さて成功とは何かは別にして、世に言う成功者に成功の秘訣を尋ねると、多くが「運がよかったから」と。そうなんですね。「運」が良かった！

ところで「セレンディピティ(serendipity)」という言葉をご存知でしょうか？

思いがけないものを偶然に発見すること。また、その能力。何かを探しているときに、探しているものとは別の価値あるものを見つける能力・才能を指す言葉と解説されています。  
具体的な例としては科学の世界ではニュートンが有名で、リンゴが木から落下するのを見て「万有引力の法則」を発見した。

(ただし直観的にこれだと思えるためには、ある程度日頃からの努力にも拠る。無努力ではセレンディピティは訪れない。出会いの感性を磨かなければ何も向こうから幸運は訪れない)

この発見する能力をセレンディピティと呼び、平たく言うと、ふとした偶然をきっかけに、幸運をつかみ取ることらしいのです。

実に、発明者や発見者の経験や知識、実行力もさることながら、「注目すべき出来事が起きたときに、そのことに気づいた」ことによって、すべてが始まっています。

年の初めに

自分も「運が良かった」と言えるようになるには、  
現実になんらかの形をとって表現された運=セレンディピティに気づくことからかも。

『人でも仕事でも出来事でも、出会いを大切に』



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。

## 「繰り返すこと」

新年明けましておめでとうございます。  
本年もよろしく願い申し上げます。



年頭にあたり社員や部下に対して挨拶や訓示をさせる方も多いと思います。

年が改まった機会でもあり、心機一転の雰囲気をつくりやすいでしょうし、改まってスタッフに対して事業に対する想いをアピールする良い機会でもあります。

理念経営が重要だとか、必要だとか言われ始めて結構経ちますが、果たして社員、取引先などにどこまで浸透しているのか実感が湧かない方も多いのかも知れません。事業部の責任者やプロジェクトの責任者も同じように理念をベースにしたチームづくりが必要だといわれていますので同じ悩みを抱えている方も多いのでは。

この理念は、会社であれば企業理念であり、事業部とかプロジェクトであれば事業理念というのですが、なぜ必要でどのような効果があるのかを、トップ責任者が理解することから始まります。一般的には会社を経営する目的であった

り、事業やプロジェクトを推進する目的とされています。その目的が明確であればあるほど参加する利害関係者（社員とか取引先とか）が一丸となって協力しやすくなり、様々なアイデアや改善策を提案してくれたり、努力を惜しまず推進してくれたりといった効果を生み出します。さらにこの理念をベースに目標を設定することで、いつまでに何をしなければならないのかが明確になり、さらに行動しやすくなるといわれています。

また同様の取り組みとしてビジョンをあげる経営者も多く、事業責任者やプロジェクトリーダーの方々もあわせてこのビジョンを明確にすることも成功するためには重要です。

ビジョンとは、理念で掲げた会社や事業の目的が達成できたとき、世の中や身の回りがどのような状況になっているのかというイメージだといわれています。何かしらの社会貢献を目指し、起業したり事業を始めるわけですが、その社会貢献ができた社会はいったいどのような幸せが待っているのかを具体的にも抽象的にも表現することがビジョンといわれているものだそうです。

このビジョンには、社員や関係者をやる気にさせる効果があったり、その事業に共感し賛同してくれる協力者が出現したりして、事業の成功確率が上がるという効果があるようです。企業理念や事業理念では分かりにくい想いが、ビジョンを語ることで分かりやすくなり、行動につな

げやすくなること  
が最大のメリット  
なのかも知れませ  
ん。

いずれにしても、  
企業経営にしても  
事業推進にしても  
自分ひとりでは時  
間がかかったり、  
不可能であったり  
するのであれば、

みんなの力を借りて成功させることが大切です  
よね。そのみんなの力を最大限活かすための方  
法として、理念やビジョンを明確にすることが  
重要だということです。

その上で、もうひとつ大切なことがあります。  
それは、この理念やビジョンをしっかりと浸透  
させることです。

いくら経営者や事業責任者が立派な理念を掲げ  
夢のようなビジョンを考えていたとしても、参  
加するスタッフや関係者に浸透しなければ思  
うような結果につながりません。スタッフや関係  
者はあくまで第三者であり、他人事として捉  
えています。これは至極当然のことであり、そ  
を強要しても効果はなく、表面的に賛同して  
いるように振る舞うか、拒絶するかのどちらか  
になってしまいます。ひどい場合は強要した事  
実を強調して、パワハラといった陰口にな  
ってしまう場合もあるでしょう。やはり理念  
やビジョンに共感してもらうことが大切であり、  
自ら率先して行動して  
くれる環境を目指す  
べきです。

その方法とは簡単で、



経営者や責任者がこの  
理念やビジョンを「繰  
返し語る」ことです。  
この「繰り返す」こと  
が重要で、何度も何  
度も同じ言葉や表現  
で繰り返し社員や関  
係者に語ることで、  
少しずつその真意を  
理解してもらえ  
ますし、忘れないで

いてもらえるのです。言っている本人も繰り返  
すことで自分の腹に落ちていくものも多いと思  
います。何しろ繰り返すことってほんとに重要  
です。

作業も仕事も繰り返すことで精度があがると  
ともに時間短縮になります。これはそれらの作  
業や仕事の理解度が深まるからであり、理解  
度が深まると必要な手間と不要な手間の切  
り分けができ、さらに手際がよくなります。同  
じように理念やビジョンを繰り返し語ることで  
その理解度が深まり、関係者に求められる行  
動や考え方が言わなくても伝わっていきます。  
理解するからこそ自ら行動できますし、自ら  
改善策を考え始めます。理念やビジョンを本  
当に理解しそれぞれが自ら行動し始めるこ  
とで、関係者が一丸となってその目的を達成  
するチームが出来上がる  
のです。



社員の育成や事業の成  
功をお望みの経営者・  
事業責任者の方は、こ  
の理念・ビジョンを繰  
返し語ることが簡単  
であり尚且つ近道だ  
ということを改めてお  
考えになってはいか  
が  
しょうか。

成果を出す

# 販売促進の進め方



本当に成果を出すには、まず自分を知り、相手を知り、戦略を立てること。戦略を立て、目標を設定し、ツールを作り実践し、効果測定し、改善する。これができれば必ず成果はついてくる。その販売促進の進め方を新企画として順を追って解説・ご提案いたします。

10

ツール開発 / 広告の忒

●養生シート・現場看板

目的：現場周辺の方々の認知度を高めるため / ホームページへの誘客



現場は「見込み客の宝庫」で、日々“どんな家が建つのだろう?”と近所の方は興味津々。その興味津々を利用して、社名の認知度向上、HPへの誘導を図ります。養生シートは効果的なツールの一つです。

リフォーム現場では、なかなか見学会ができません。しかし、ホームページのブログでは、現場のことがよく書かれています。なので、現場看板でブログに誘導しませんか？

ご迷惑をお掛けしますが、ご協力をお願いいたします。

建築基準法による確認済	
確認年月日番号	平成 年 月 日第 号
確認済証交付者	
建築主又は 建築主氏名	
設計者氏名	
工事監理者氏名	
工事施工者氏名	
工事現場管理者氏名	
建築確認に係る その他の事項	

リフォーム現場  
WEB ブログで  
実況中継しています

坂本リフォーム 検索

工務店だからこそできる安心リフォーム  
株式会社 坂本工務店  
TEL:03-6231-0418

# 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」

### 「地位の向上を目指して」

新年を迎え、改めて設計者の地位を考えてみたい。

設計者には「設計屋」「設計士」「建築家」と地位の段階があると、ある有名建築家が言っていた。

設計屋とは、客が望む建築物をただただ設計する設計者。

設計士とは、関係法令に則り建築物を合法的なものとして設計する設計者。

建築家とは、客の本来の望みと建築物が世の中に与える影響のバランスを考え、世の中を少しでも良くしていこうと考えている設計者。



多少ニュアンスは異なるがこんな内容だった。

これら設計者の表現方法は違ってはいるが、皆建築設計を真摯に受け止め活動している方々であるからどれが正しいとか間違っているとかの

問題ではなく、設計者の意識や行動の違いであり、それが設計者の地位を決めている要素なのだろうと思



う。一般の方々は、マイホームを建築するときくらいしか設計者と関わらない。公共建築の発注者とか、ビジネスで建築に携わる人でなければ設計者の存在や役割を気にする人は少ないだろう。さらに出会った設計者の行動をベースとして設計者全体をイメージするだろうから、その出会った設計者が社会における設計者の地位を決めるのだろう。

だとすると、一人ひとりの設計者は自分たちの職種である「設計者の地位」というものを意識して行動していく必要がある。医者や弁護士といった社会的地位を維持しているのは、他の誰でもなく本人たちである。職人の地位は職人が、教師の地位は教師が、エンジニアの地位はエンジニアがそれぞれ地位を確立し維持している。地位には様々な効果があるが分かりやすいところと言うと報酬に差がつく。つまり設計者の地

位が低ければ低いほど、提供する役務に対する報酬が少なくなり、逆であれば高くなるということだ。さらに社会的信用力にも差がつく。

ひょっとしたらローンを組むときの金利に差がつくかもしれないし、保険の掛け金が違ってくるかもしれない。ホテルやデパート等の接客における待遇に差が出てくる可能性もある。いずれにしてもその地位を確立し維持するのは本人たちであるということ。



ちょっと古い話になるが姉齒事件を覚えているだろうか。

設計業界に激震が走った事件である。これこそ自分たちの地位を貶める行為であり、決して見逃せない行為であった。この事件以降、設計業界では倫理の警鐘をし自浄努力を続けているが、結果、建築基準法の大改正につながり建築確認申請の審査が厳しくなった。社会一般の認識も大きく変化し、設計者に対する認識も変わった。セカンドオピニオンが必要だとまではいわないが、どうも社会的信用がなくなってきたように思う。人間が行うことだから間違いは発生する。いわゆるヒューマンエラーというやつだ。このことは社会も認めてくれるだろうけど、故意に偽装する行為は認められない。しかし現実的に施主や客に言われるがまま、望むとおり設計している設計者はいないだろうか。本当は違法なんだけれど完成後の確認済み証が



必要なければしょうがないとして設計していないだろうか。立場的に問題なのでその部分は知らなかったことにしますからご自由に・・・

と言って責任を放棄していないだろうか。誰にも迷惑をかけていないから勝手にさせろという理論は成り立たない業種が設計者だ。設計者が勝手に建築物を設計すると、施主は満足したとしても近隣や地域が迷惑するとともに、他の設計者にも迷惑がかかっていることを認識すべきだ。



住宅も含めて建築物は街並みを構成し、風景を造りだす。地域の特徴や雰囲気をかもし出す。閑散とした風景なのかのんびりと情緒ある風景なのかの違いは、そこに佇む建築物が大きな要素となる。暮らしやすさ、働きやすさ、人との付き合いやすさ、活動しやすさ等等、建築物は生活に密着した要素であり、世の中の幸福感に大きな影響を与えている。建物が火事になったとき近隣に大きな迷惑がかかる。近所に空き巣が入ったとしたらどうだろう。どれほど住宅や建物が人々の生活に影響を与えているのだろうかと思う。そんな大切な行為を職種として選んだ設計者は、もっと自分たちの影響力を感じて欲しいし、さらに全国の設計者の地位を決定付ける役割も担っていることも自覚して欲しい。設計という職業を選んだ限りは、設計者の地位を貶める行為や行動をしてはいけない。かならずその行為は自分に戻ってくるということを考えながら、日々の設計活動に勤しんでいただければ幸いである。



工務店さんがいるところなら...

日本全国東奔西走どこへでも!

呑んで騒いで時折仕事。



# 渡り鳥 旅日記



## 五十六合目 新年に「日々新たなり」と誓う。

新年、明けましておめでとうございます。

この渡り鳥日記も2013年の4月から書き出しましたので今年で5年目となります。まあ、よくも呑んでくれている話しばかり書いてきたな、と呆れ返りながらもそれなりに感慨深いものがあります。

今年もまた呑んでくれ話を綴り続ける事になると思いますが、お付き合いのほどよろしく願いいたします。

ただ、今年61歳になるわけで、以前のようなガンガンどんどん、って訳には行かないと思います。

なので、体力任せ、肝臓任せの渡り鳥ではなく、新たな視点で新たな発見をし、ワクワクドキドキ探しをしていきたいと思います。

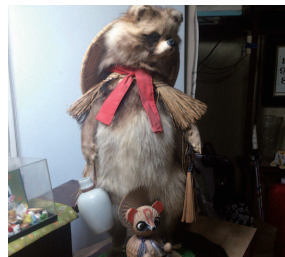
さて、今後の旅を楽しみにしつつ、今回は昨年(2012年)の総集編を写真でご紹介させていただきます。



▲1月/東京・新橋



▲2月/新潟・長岡



▲3月/神奈川・田浦



▲4月/三重・松阪



▲5月/高知・高知



▲6月/神奈川・保土ヶ谷



▲7月/秋田・十文字



▲8月/福島・会津



▲9月/香川・高松



▲10月/北海道・滝川



▲11月/東京・霞ヶ関



▲12月/神奈川・野毛

貴方の街でワクワクドキドキをご一緒に。今年もよろしく願いします!