

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2月号

「今月のひと言」

「AIがやって来る前に」

将棋も囲碁もAIに負けた！

だったら自分の仕事もそのうちAIにやられてしまうのか！

まだよく見えないそんな世界がひたひたと進行していることは、確かなようです。

一例を挙げますと、皆様も新聞などでよくご存知のように、銀行でもふだんの仕事がAIに取って代われ、大量の人材が余ってくる。最新ニュースからもう一例を。

それは、「AIが作るキャッチコピーが効果大」とか。

商品の仕様書や説明文などをAIに読み込ませて、自動的に短いキャッチコピーを作る取り組み(実験済み)があり、そこでは、AIで自動的に作成されたキャッチコピーに2つの効果があることが分かったそうです。

1つは、キャッチコピーが適切だと検索エンジンに判断されやすくなるため、サイト流入数が増えること。もう1つは訪問者に商品のよさが理解されやすいので、購入されやすくなるということでした。

つまり単純なキャッチコピーならAIの方が優れている可能性が高くなる。ただし、人間の共感力が必要になるキャッチコピーは、やっぱりAIには無理なようです。

AIに負かされないために必要な資質の一つは、どうも「人間への共感力?」。

話は変わって、イタリアのデザイナーは、一人がファッションも建築もグラフィックもやり、彼らはインテリアやファッション、料理まで芸術と捉えているそうです。そこではクリエイションを複合化することで一つひとつの内容が豊かになり、次の道を切り開いている、とか。

「創作の複合化」も対AIのキーワードのよう。

ようやくインターネットが便利に使えるようになったら、今度はAIですかー
またまた、しばらくは難しくなってきましたね。

いずれにしても、今まで通りにはいかないお仕事、世の中になってくることは自明のようです。



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。

「住宅の価値」

日本の住宅はその寿命を30年と言われていま
す。皆さんはその根拠をご存知でしょうか。

何と、その根拠は大正7年に制定された固定資
産の耐用年数省令だそうで、当初木造住宅35
年だったものが改正のたびに短縮され、平成1
0年には22年になってしまったその数字が根
拠だそうです。

品確法により住宅性能の客観的評価基準が設定
され、長期優良住宅や低炭素住宅という規格ま
で設定されているながら、相変わらず住宅の寿命
を一律30年と考える現在の不動産評価方法は
早く変えていかねばならないと感じます。

さらに、中古となった住宅の不動産鑑定では、
住宅業界関係者の思いもよらぬ方法が採用され
ています。例えば、現在も85%以上が採用して
いる鑑定基準は以下が基本となっています。

1. 建てた当時の標準建築工事費 × 延べ床面積
2. 経過年数に応じた減価償却
3. 延べ床面積による修正率
(大きくなるほど安くなる)
4. 駐車場の有無
5. 住宅のグレード
6. リフォーム・増改築の有無
7. その他

この中で注目したいのは、住宅のグレードです。
一瞬なにを持って住宅のグレードを言っている
のか分からなかったのですが、一般的な不動産
屋は次の基準で鑑定しているそうです。

- 1) ハウスメーカー：1.1 ~ 1.3
- 2) ビルダー：1.0
- 3) 地場工務店：0.95
- 4) 建売住宅：0.85

信じられますか？こんな鑑定基準がまかり通っ
ている事実を。

それとも、そんなものかこの鑑定基準であま
んじますか？

ハウスメーカーが建てたものはそんなに品質が
良いのでしょうか。

地場工務店が建てる住宅はそんなに品質が悪い
のでしょうか。

何を根拠にこのような鑑定方法が採用され続け
ているのか分かりませんが、住宅業界はもっと
自身が建てた住宅の評価（鑑定）基準をアピー
ルすべきなのでないでしょうか。

高気密高断熱に苦勞・努力されている工務店経
営者を多く知っています。地域にあった住宅の



換気方法や換気性能に注意を払っている地場工務店も存在します。施工精度に関して第三者による検査を導入しチェック環境を充実している工務店も多数存在します。

ハウスメーカーなら、将来的な対応も可能で安心できるから査定内容が高いのでしょうか？
では、30年とか50年の長期保証をしている工務店の住宅は安心できないのでしょうか。

確かに自社の住宅で事前に性能を定義できていない工務店もあります。

さらに、建築中や建築後の検査・点検の履歴が残っていない工務店も多いのかも知れません。しかし、一律に地場工務店が建てた住宅は、住み始めたとたん0.95倍という評価・鑑定になってしまうということで良いのでしょうか？

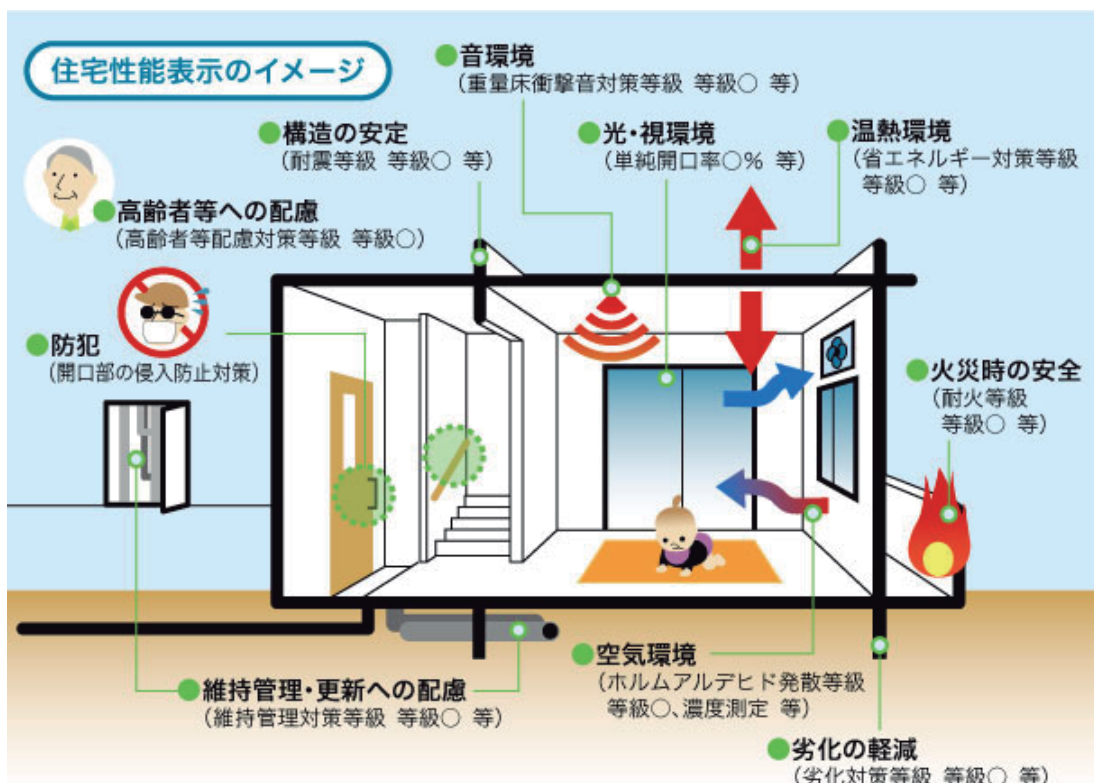
国は、縮む社会を想定し将来的な経済発展が難しくなったからといって、住宅政策を大きく変換し、中古住宅の流通を促進しようとしています。これは新築住宅を建てるための住宅ローンの支払分を日々の生活費に割り当ててもらい、貧乏だという認識を持たないための政策だとい

われています。その内容は良いとしても具体策として不動産鑑定基準をもっと正確に査定できるような環境を作るべきです。

例えば提供する（建築する）住宅のレベルの設定を義務化する。（自動車で言うところの軽自動車か5ナンバーか3ナンバーか等）そして建築中の施工精度をチェックしたエビデンスを公開する。さらに定期点検の履歴やリフォームの内容と施工精度などの情報をもっと活用できる環境にする。必要なことはこれら住宅履歴の客観的な評価基準をつかって、活用していくという文化を根付かせることです。

国が重い腰を上げないのであれば、住宅業界自ら立ち上がり、業界標準を造りこんで全国で共有する取り組みを始めましょう。中古車市場がそうであったように。

そのためにはまず、自社が造り提供する住宅のグレードを、客観的な評価基準である住宅性能表示制度に照らし合わせて設定し、市場にアピールすることから始めてみませんか？本当の住宅価値を知らない不動産屋に勝手な評価をされないためにも。



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。

11 ツール開発 / 集客の巻 ● ファンづくりイベント

目的：大量集客型イベント用。職人さんたちが自社の強み、という会社向け。
 / 折込チラシやポスティングで

ファンづくりイベントで一番大事なことは“自社のファンになってもらうこと”です。
 決して飲食や遊びのファンを作らないこと。これも一見すると遊びばかりですが、
 メインは職人であることで、普段会うことのない職人のファンを作ることで「職人という強み」を活かしているのです。

いつ、どこで、は
 セットと考え、近い
 場所にレイアウト。

ファンづくりイベントはタイトルを楽しくしましょう！
 こちらの側の売込み感がないタイトルで。

祭 住まいと暮らしのお祭です

笑顔のあひま

工務店は住まいづくりやリフォームで、地域の方々“ずっと笑顔の暮らし”をご提案しています。そんな工務店のスタッフや職人を知っていただきたくて、このイベントを企画しました。家づくりのプロですがイベントは素人です。でも一生懸命頑張ります！ご家族で、またお友だちをお誘いあわせの上ぜひご来場ください。

木工教室 切った釘を打って...
 今後は3種づくりにチャレンジ！
 ・午前20組 300円
 ・午後20組

水道管で水鉄砲づくり 水道管でほんとにできるの？
 水鉄砲を組んでみて
 ・午前20組 200円
 ・午後20組

職人にチャレンジ! カンナ削り体験
 楕円にカンナをかけて...
 ・午前20組
 ・午後20組

丸太切り体験 丸太をのこぎりで切ってみよう。
 ・午前20組
 ・午後20組

塗り壁体験 これはなかなか難しいぞ...
 ・午前20組
 ・午後20組

お楽しみ抽選会 アンケートに答えてステキな賞品を当てよう!
 暮らしに役立つものをいろいろ取り揃えました。
 特賞 1名さま 8畳用エアコン
 1位 空気清浄機
 2位 掃除機
 3位 手すり取付け
 参加賞 五湖の駅・あし湯券 & ドリンクバー券 & リフォーム割引チケット

同時開催 住まいのなんでも相談コーナー
 オール電化やバリアフリー・ちよつとした補修からリフォームのこと土地探しや資金計画のこと、お気軽にご相談ください。

展示車探検隊 LIXILの水廻り展示車がやってくる!
 展示車に隠されたキーワードを探してお宝をゲットしよう!
 参加賞あり

省エネクイズ 大切な省エネのこと、どれだけわかる？
 環境や省エネことを楽しみながら学んじやおう!
 ・午前2回 ● 午後2回
 地球にやさしいことは家計にもやさしいです。親御さんも一緒に知ってください!

休憩コーナー 当社の事務がそばを打ちます! 越前手打ち・おろしそば
 無料 料理にチャレンジもよし、試食するもよし!
 オール電化コーナー
 ほっぺを落としながらIHの魅力を知ってください。
 ●給湯にはエコキュート ●調理にはIHクッキングヒーター
 導入試算・シミュレーションも行います。

▼主催・お問い合わせは...
株式会社 工務店
 〒1-1-41 興三 郡 浜町 市 -5-1
 TEL: 0 70 3 - 07 4
 FAX: 07 0 3 - 5 97 Mail: info@...
 http://www... .com/pc/

代表者の言葉で「想い」を書きましょう。
 これで最後に全体を引き締めます。

暮らしのここぞ

住まいは幸せに暮らすためにあるのです。

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」

「設計図書品質」

製造業において品質に関する議論や取り組みを見かけるたび、建築業界ではどうなんだろうと思う。

建築業界もものづくりにおいては製造業と同じ体制や環境が望まれる。つまり同じく品質の維持向上を求められるということである。

海外の建築物で見かけることだが、遠目で見ると素晴らしいデザインであっても、近くで見るとその納まりに幻滅することがある。特に海外のホテルではタイルの床と壁の取り合いや出隅入隅の処理がほんとうにいい加減である。目地が揃っていないのなんて日常茶飯事である。

これらは施工品質と言われる分野であり、国民性もあって気にする人とそうでない人もいてクレームになるケースは少ないのだろう。しかし

機能的に品質に問題がある場合は即クレームとなる。

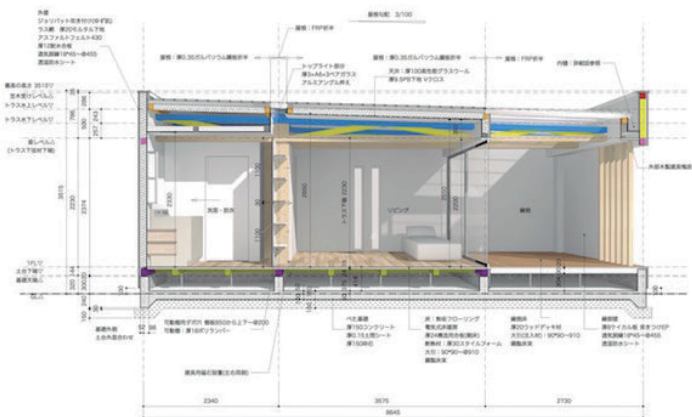
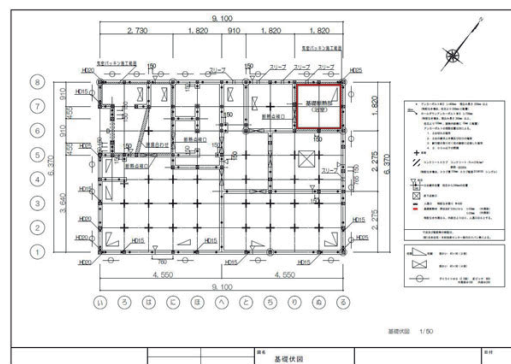
例えば浴

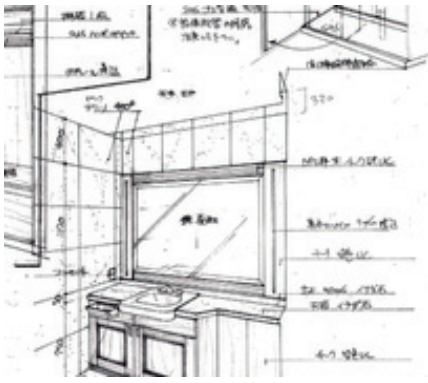
槽でシャワーを浴びていたら洗面スペースの床までびちゃびちゃになってしまった何て経験のある方も多いのでは。当然シャワーカーテンを浴槽の内側にたらしめてしてもそうになってしまう。ひどいときはシャワーブースとして独立した空間になっているにも関わらず、シャワーの水が外部に流れ出てしまう場合もある。サニタリールームの床全体に防水処理が施されているのかどうか不安になってしまう。

これらは基本的に設計品質と言われている品質であり、想定している機能が十分に発揮できない場合に問われる品質であろう。

さて、実はもうひとつ重要な品質がある。

それは設計図書品質とでも表現すべき内容のもので、設計品質でも施工品質でもない中間的な品質である。この品質はもちろん設計者が担う





べき品質であり、設計経験の少ない設計者だろうと豊富な設計者だろうと気をつけるべき内容といえる。

どういう品質かという、企画や設計作業で想定する空間の機能や演出を、確実に施工者・職人に伝えるべき設計図書の精度とでも言えいいだろうか。当然書くべき設計図の種類も該当するが、表現方法や表記方法といった設計図書全体に関する品質である。

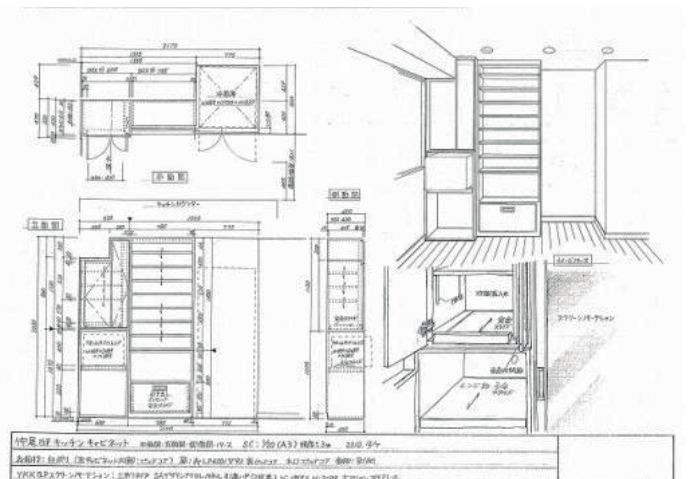
設計図書の表現方法（図の種類を含む）は設計者によって様々であり癖がある。自身が育った環境に大きく依存するのだろうが、施工者から見るとその差は大きく分かりやすいものとそうでないもので施工品質に差が出てくるし、やり直し工事の回数にも影響が出てくる。つまり設計図書が親切なものとそうでないものが存在するということである。

どうも、設計者の方が建築現場では立場が上だとも言い及げな設計図書が多い。ほんとに分かりにくいものが多いのである。設計者は設計意図を確実に施工者に伝え、想定どおりの建築物にするまでが役割である。決して設計図書を作成すればその役割が終わるわけではない。なのに施工するのは施工者の役割であり設計図書を作成するだけが自分の役割だと間違った認識をもっている設計者が多い現実をよく考えてほしい。確かに設計契約には「設計行為」と「工事監理」とで金額が分かれているし、場合によっては工事監理を契約しない場合も多いのかもしれない。しかし工事監理とは設計図書の通りに施工できているかどうかを確認し是正する作業だとすれば、その設計図書の通りかどうか判断をつけにくいような図面や表現では困ってしまう。当然施工者や職人も同じでどのように施工

すれば良いのか手探りで造っては施工品質にバラツキが出来ても文句が言えないのではないだろうか。

設計者は、設計意図が正しく施工者・職人に伝わり、想定どおりの建築物にするための設計図書を作成すべきである。施工者が描く施工図や納まり図を期待するのではなく、設計者自ら、施工しやすい設計図書、設計意図が伝わる設計図書を書くようにしてほしい。凡例の表現方法、各設計図書の紐付け、記号を使ったり三次元で表現したり描き方はいかようにもできるはずである。寸法や角度の押さえ方、材料の色あい、仕上げ方など施工方法や出来栄が大きく変わる内容ほど、明確な指示書として設計図書が役立たねば意味がない。フリーハンドのイメージ図では建築物は出来上がらない。どういう材料をどのように加工してどう接続するのか。どこに何をくっつけてどこをどれくらい離して設置するのか。少なくともこれくらいの情報を設計図書に明記しなければ施工はできない。もう一度、自分がつくった設計図書を、施工者の立場にたって見直してみてはいかがだろうか。施工者に親切な設計図書の作成が、施工品質を上げ、顧客満足をあげる秘訣である。

図名	図-1	図-2	図-3	図-4	図-5
断面図	断面図 (A-A)	断面図 (B-B)	断面図 (C-C)	断面図 (D-D)	断面図 (E-E)
平面図	平面図 (A-A)	平面図 (B-B)	平面図 (C-C)	平面図 (D-D)	平面図 (E-E)
立面図	立面図 (A-A)	立面図 (B-B)	立面図 (C-C)	立面図 (D-D)	立面図 (E-E)
透視図	透視図 (A-A)	透視図 (B-B)	透視図 (C-C)	透視図 (D-D)	透視図 (E-E)
その他	その他 (A-A)	その他 (B-B)	その他 (C-C)	その他 (D-D)	その他 (E-E)



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。

早川大ニの
よいどれ



1月22日、
横浜の自宅も雪に覆われ...



渡り鳥 旅日記



五十七合目



嗚呼、我が良き友よ。

木耐協（日本木造住宅耐震補強事業者協同組合）の
小野理事長と久々に呑んだ。
ちゅうか、銀座でご馳走になった。
寿司屋、マジックバー、お姉さんのいる店、居
酒屋と4軒も梯子したのだ。よく食べ、よく喋
り、よく呑み、出会った頃のようにしゃいだ。



▲お姉ちゃんのいる店で、調子乗っちゃって！

小野理事長はエイムという会社の社長でもある
のだが、エイムと僕のエンドレス・ニュー
という会社の設立は同じ年で、小野ちゃんと
僕も同い年。出会ってから20年以上の月日
が流れたが、小野ちゃんは木耐協を大きくりっぱに育てた。一方僕は細々とだけど...



▲見破れないから楽しいカードマジック！

でも、僕らは同じ時代を生きてきた同期の桜なのだ。
性格もキャラもまったく違う僕らだけど、他の人には
分からない僕らなりの「絆」があるように感じる。
あとどれくらい暴れるのか？ 気力体力は続くのか？
いやいやそんな先の話しはさておき、**世のため人の
ための想いと家族や仲間の幸せと、好きなコトを好
きなようにする自由**とを心のバッグに詰め込んで、
酒と薔薇の日々を謳歌しよう。

我が良き友よ！ またいつかどこかで。

1月は出張がほとんどなくて渡り鳥もスロースタート。
それでも懐かしい人や会社との再会もあり「嬉しい事が
大きくて幸せ！」と感じております。

さてさて、春は大阪・
滋賀・長岡・水戸・
静岡・・・と渡り鳥、
忙しく飛び回ります。
皆さん、近くに行っ
たら遊んでください
ませね！！



▲赤坂の焼き肉店／流通店さんたちと

▶おいらの兄貴の店の生牡蠣

