

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5月号

今月のひと言 楽しむ

楽しむ、とは…
たいへんなことでした。

先人曰く
「理解することは愛好する深さには及ばない
愛好することは楽しむ境地の深さには及ばない」(孔子)

「自分の人生を信じ、愛し、楽しむ」(本居宣長)

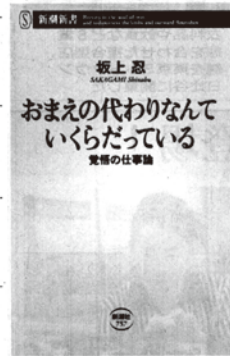
現代人曰く
「最近五輪選手も楽しみながらやりたい、と言っているけど、
僕らは楽しみながらやっちゃダメですね。
準備して、やるべきことをやった人間が、仕事を終わった後に初めて、
結構楽しめましたと言える資格があるということだと思います。」

さかがみ・しのぶ 1967年生まれ。3歳で劇団に入団し、子役としてデビュー。数多くのテレビドラマや舞台、映画に出演。最近では昼の情報番組でMCを務めているほか、コメンテーターとして数々のバラエティ番組で活躍。



坂上氏流 プロ意識を持つための鉄則

- 1 ビビリはいいこと
最悪のことを考えてしつこくくらい確認。怖がらなかつたら準備はできない
- 2 力加減が大事
一生懸命はときに自己満足。力を抜くことの大切さを知る
- 3 平たいのはつまらない
能動的に動いて骨のあるやつになれ！世の中でこほこがあった方が面白い
- 4 基本は全部ながら作業
徹底的に合理化して時間を捻出。その分愛犬のお散歩や読書に時間を割く
- 5 代わりなんていくらでもいる
それでも多少残念がられる存在でいたいなら、だからこそ！という気概を持つ
- 6 楽しむ気持ちで仕事に臨むな
やるべきことをやった後、初めて「楽しい」という資格がある





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。

「女性の進出」

最近、住宅業界にも女性の進出が顕著になってきた。

まだ現場担当者は少ないけれど、設計者、コーディネイター、営業などその職種の幅も広がってきた。新築以上にリフォームではその傾向が目立っている。それは新築住宅を提供している企業の社風や企業文化がまだまだ男性中心のものであり、女性が活躍するステージが少ないからかも知れない。だから新築メインのビルダーではコーディネイターという職種しか女性は活躍しにくいのだろうか。確かに最近の住宅は女性化していると言われているように、内装やインテリアデザインは女性受けする仕様の住宅が多いので、その感覚を活かすにはコーディネートに女性に担当してもらうことは理にかなっている。

そんな中、一級建築士として活躍する女性も多いのだが、どうも女性目線というキャッチフレーズで言われる部分はやはりインテリアが中心であることが多いのは、今後の変革を望みたいところである。住宅は、デザイン的な仕様だけが住宅の価値を決めているのではない。住宅の価値は、デ

ザイン性に加え、住宅性能、使い勝手、耐久性など複数の要素がその価値を決



めている。デザイン性や使い勝手などは文系の脳を必要とし、住宅性能や耐久性などは理数系の脳を必要とする。女性は文系で、男性は理数系などと時代錯誤なことを言いたいわけではないが、なぜかしら住宅性能や耐久性といった住宅価値に重きを置いた住宅を男性的な住宅と言い、デザインや使い勝手を中心とした住宅では女性的な住宅と言う表現を使う人も多い。

あえてそう考えるとしても、男性と女性がタッ



グを組んで住宅を造っていくプロセスにしたほうがより良い住環境が創造できそうなのに、あまり男性と女性をペアにして物件を担当させる会社は多くない。今までは圧倒的に女性の人数が少なかったせいかもしれないけれど、これからは積極的な女性の採用とそれなりの報酬を整えることで理想的な住まいづくり環境ができあがるのではないかと期待する。考えてみれば新築ユーザー、特に一次取得者は住宅をデザインや価格で見る傾向が強く、生活という視点で住宅を吟味したり検討したりする人は少ないからかも知れない。だとすればインテリアも含めた住宅デザインを女性に担当してもらった住宅商品を考えることは効果的である。さらにリフォームにおいては既にマイホームを持っている人がお客様になるので、見た目のデザインや価格だけではなく、ライフスタイルに合った間取りや動線の提案が業者選定の基準になる可能性が高く、その場面でも生活観のある女性の方が有利ではないだろうか。さらにさらに。最近の現場管理ではほぼ筋力を使う仕事はない。それ以上に、施工品質を向上させるための行動として現場の5Sなどを推進している企業が増えていることを考



えると、案外現場担当者も女性の方が良いかも知れない。現場はすり合わせが大切だとも言う。現場監督と職人のすり合わせ、納材業者と職人とビルダーとのすり合わせ。すり合わせにはより良いコミュニケーションが必要になることを考えれば、男性ばかりでのすり合わせより、女性が参加したすり合わせのほうがスムーズになる可能性もある。徐々にではあるが女性の職人も出始めていることもあるので、もう一度住宅業界における女性進出を設計やコーディネイター以外で考えても良いかもしれない。当の女性たちも、遠慮することなくどしどし自分たちの地位の向上を目指し発言すべきだし、その発言が活かされる職場環境を構築すべきだ。職人不足がさげばれ始めて数年になる。実は現場監督の数も不足している。住宅産業は斜陽産業といわれ新築需要は減少し、リフォーム需要は横ばいが続くが、決してなくなる業界ではない。今後の職場環境の改善やスムーズで効率的な事業推進を考えている経営者なら、女性の能力を活かせる職場を創造し、業務で活躍できる環境をどのように整えるのかを考えなければならないのではないかと思う。

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。

14 ツール開発 / 集客の四 ● キャンペーン

目的：新規のリフォーム見込みづくり
 折込チラシやポスティングで

工務店の姿勢、見学会の現場の内容で違ってくると思いますが、あえて文字で書込んだチラシです。
 この工務店の家づくりコンセプトからこのようにしました。
 内容が良いことと、見やすかったようで目標より多くの来場がありました。

この企画、チラシの場合のインパクトは特典の多さで、高額なモニター募集からメンテナンスクーポンまで幅広く網羅し、反響の機会を増やしていること。

住まいは幸せに暮らすためにあるのです。

暮らしのここぞ

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」

「湿気」

そもそも住宅はその土地に存在する材料で建てるものだった。石の家、レンガの家、木の家など、その地方の代表的な素材が家の構造体を構成するのは、物流が発達していなかった時代では至極当然のことだったのだろう。最近でこそ、鉄筋コンクリートや鉄骨といった材料が家や建築物に使われるようになってきたが、これは近代建築と言われる時代に入って使われることになっただけで、ある意味産業革命の結果がもたらした材料なのだろうと思う。

そう考えるとやはり日本の家は木造が気候風土を考えた構造ということになる。吉田兼好の「家は夏をもって旨とすべし」なんて言葉も考えると、木造における欠点を補う工夫がこのようなキーワードを生み出したのかもしれない。夏をもって旨とするからこそ、気密性や断熱性以上に、風通しを重要視した住まいづくりにしたのではないだろうか。それは、木材のデメリットである湿気対策という意味合いである。夏は暑



いしクーラーなんて無い時代では、日射を遮ることと、風通し

を良くすることが夏の対策となる。その結果、実は木材にとってもより良い環境になり、家の耐久性も良く



なっていくのである。鉄骨より軽く、加工もしやすい木材は、その昔、比較的簡単に手に入れやすい材料であり、家づくりには格好の材料として重宝された。しかし、木材は湿気に弱く、耐久性のみならずシロアリやカビ・ダニといった害虫に弱くなる。だからこそ湿気対策は木造建築には重要であり、古来から様々な工夫が施されてきた。壁材に漆喰を使うこともそのひとつだし、床下を風が通り抜けるようにしているのもそのひとつ。さらに玄関先に土間があり食事の支度はその場所で行うことも同様である。時代は変わって、今の住宅建築の工法を見ると、相変わらず木造の住宅は多い。しかし昔と違って夏にはクーラーをかけ、冬にはストーブをたく。食事の支度も家の北側や中心部にキッチンがあり、場合によっては匂いが他の部

屋にいかないような工夫さえされている場合もある。つまり家で発生する湿気がそのままその場所から動かない設計になっているということ。湿気が室内で動かない場合、いたる



ところで結露が発生してくるということにつながり、見える場所ならふき取れば良いが、見えない壁の中で結露してしまうとどうしようもなくなってしまう状態となる。

リフォームするとき、既存の壁を解体してみるとカビだらけでぐちゃぐちゃになった断熱材を見かけることも多いと思う。これこそ室内及び壁内の湿気がそのままそこに滞在し、結露となって家に害を及ぼす結果になっていることの証である。場合によってはシロアリに食われたりしている場合もあるのかも知れない。いずれにしても住まいの湿気対策は設計者なら十二分に検討してもらいたいと思う。

住宅における換気システムは、湿気対策で義務化されているわけではなく、シックハウスの原因となる化学物質の室内濃度を下げるためである。つまり法律的に合法の住宅だったとしても湿気に対する対策が施されているわけではないという事実を設計者は認識すべきなのだ。

さらに、最近では気密住宅も多くなってきた。昔の住まいは隙間だらけだったから湿気はそのすき間から外部に出て行ってくれた。しかし気密性能があがれば隙間風はなくなるかわりに湿気の出口がなくなるということ。なので、人工的な湿気対策を考えなければならない。最も重要なことは室内の



湿気をどのように外部に排出するかということと、壁内の湿気を如何に

外部に排出するかという2点である。室内の湿気はやはり換気システムで対応するしかない。ストーブなどの燃焼系暖房機器は1リットルの灯油を燃やすと同じ量の水分を発生するといわれている。家族で鍋を囲む、

加湿器を点ける、観葉植物を置く、お風呂の湯気、人の汗、部屋干し等など、全て室内で発生する湿気となる。断熱性能が低いと窓や壁にくっついている湿気が結露し、水滴となる。冬場はこのように分かりやすい現象で対処しやすいが、結露しなくても室内にはこのように沢山の湿気が漂っているということを忘れてはいけない。夏場では、昔はクーラーがなかったので、全ての窓を全開にしてかぜを通し湿気も一緒に外部に放出できた。最近はクーラーが着いていない住宅は見かけなくなったということは、暑い日でも窓を開ける家が少なくなったということであり、湿気を外部に出せなくなっている。だからこそ、シックハウス対策ではなく、湿気対策としての換気システムを考えなければならないということである。

壁内の湿気はさらにやっかいである。外壁面は換気システムを採用するビルダー・工務店も増えているのでどうには対応できるのかも知れないが、間仕切りの湿気対策も同時に配慮する必要がある。屋根裏、床下など、日常目に触れない場所の湿気対策ほど重要になる。

ネットで調べれば様々な研究者やメーカーが住まいの湿気対策を研究しているので、まずは自社の住まいづくりにおける湿気対策はどのようにすれば良いのかを、社内で検討してみてもいいかがだろうか。住まいの耐久性に大きく影響する湿気対策を十分に行っていかなければ、資産価値がない住宅を提供するのと同じになってしまうのだから。

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。

ビールが旨い季節になってまいりました!



渡り旅日記



六十合目 嗚呼、忘れもの

とにかく酔っぱらっちゃった。この酔い
いづくり協議会にお声がけ頂き、販促研
「大チャン、ちょっとのどを潤そう!」
連れて行ってもらった店「カ(リキ)」は
地元の人気店。開放的で気さくな感



▲浦和／おら好みの「カ」

食べる。呑む。話す。話す。呑む。
本当によく話して、食べて、呑ん
たく覚えてない、というお粗末な
つまり、呑めば“記憶の忘れもの”
ぐでんぐでんになっちゃったの
らないまま食い逃げ状態だ。

で、浦和から乗り継いで自宅(京
費やしたが、どう帰ってきたのかは覚えていない。これも“記憶の忘れもの”なのだ。



ホッピー、3本くらい。
だから「中」の焼酎は
10杯くらい呑んだか?

方は久しぶりだ。4月20日、埼玉県住ま
修をやらせてもらった。で、その帰りに
と誘いがかかり、事務局の方々と一杯。
は浦和レズスのファンが集まるとい
じがおいらにはとても心地よし。



▲「カ」はなんでも旨い ↑馬刺

食べる。なんか、すごく楽しくて、
だ。で結局何を話したのか、まっ
結末になってしまったが。
ばかりをかれこれ40年。

で、お勘定も誰が払ったのか分か

急富岡)に帰るも、相当な時間を

話しは打って変わって下ねた。尿意をもよおす。慌ててトイレに行く。便座を上げて用を足す。



あっ、ウンチがしたくなった、と体を反転させて便座に座る。
僕の場合、15秒でそいつは肛門から出切ってしまう。ほっとする。
スイッチを押して肛門を洗ってもらう。気持ちいい。水を流して
そいつに別れを告げる。そいつが未練がましく残っていては困る
ので最後まで見届ける。僕は手を洗ってトイレを後
にする。そして気付く。あっ、おしっこしたくて
トイレ行ったのに、放出することを忘れていた、
と。まったく、また“記憶の忘れもの”を
しまった。ガキの頃からまったく変わらん。
世に中は忘れものに溢れてる。なんて、おらだけさ、ツケ!

