

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6月号

今月のひと言

「とにかく早く知りたい病」

この病気はコンピュータが普及してから発症するようになったと言われてきましたが、インターネットの普及で、さらに拍車がかかってきたようです。

まわりに、こんな方はいらっしゃいませんか？

「とにかく人より早く知りたい」。

感覚的には「早く」より「速く」でしょうか。

この病を発症すると、いったいどうなるのか？

「断片的な知識ばかりが増えて、情報通、物知りになったと思う」。(一つの安心感かも)

しかし重症化すると「断片的な情報や知識に振り回されて、大事なものを見失う」。(結局、他人からバカにされる)

読書も同じようなものでしょう。

「うん、うん」と読み進めて、情報や知識ばかりを増やす。

なにも考えずに!

「手軽な答え」ばかりで人間関係も仕事も済ませてしまう「手軽な人」には、ねえ。



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。

「クラウドサービス」

最近、現場の情報を共有するクラウドサービスが徐々に浸透してきている。これは複数の人が携わるプロジェクト型の仕事には効果的であり、建築現場や住宅現場ではすでに20年近く前からこのようなサービスは提供されてきた。インターネットの普及とともにスマホが当たり前になってきたという背景が、この現場情報共有クラウドサービスの利用率を押し上げているのである。

そもそも建築現場では、打合せした情報が共有できていない結果、施工した部位をもう一度やり直すこともある。また職人が見ている設計図書や施工図が修正前のもので、そのまま施工した部分をやり直すことも多い。さらに工程が変更されたにも関わらず、職人に伝えきれない結果、現場に空きができたり、職人が現場に行っても作業ができなかったりする場合もある。このように各専門工事の職人や使用する建材・資材の納材業者との情報共有は現場監督にとって最も重要な作業のひとつでありながら、なかなか



か思うようにできないのが現状であった。連絡方法はあいかわらず電話とFAX。電話は携帯電話に代わることで緊急対応をしやすくなったようであるが、結果は絶えずなりっぱなしの携帯電話を片手に作業をする現場監督が増えただけである。

現場で求められる情報共有は、情報を発信することや受信するだけでは足りない。その受発信された情報を蓄積し活用する場面まで想定した情報共有が求められる。つまり電話やFAXは情報を受発信するツールであるが、その情報を蓄積できないし活用しづらい。電話での情報共有

は言いつぱなし、聞いても覚えきれないなどの弊害があるし、FAXでは太陽光にあたると印刷が黒くなって見えなくなったり、そもそも印刷された情報が粗く良く見えなかったり。発信元はFAXしたことを電話で報告しなければちゃんとその情報が届いているのかどうかもわからないなど、結局、現場監督が現場に直接出向き、それぞれの職人と打合せしなけれ



ばならない。一見便利そうな携帯電話やFAXは実のところ現場監督の作業量を増やしているだけなのかも知れない。

最近では、Eメールを使ったりLINEを使ったりして情報を共有する現場も増えてきた。関係する人達をグルーピングして一斉メールやLINE活用することで連絡の伝達ミスもかなり減ってきたのではないだろうか。その進化系がインターネットクラウドを活用した情報共有サービスである。このサービスではEメールとLINEとFAXでやり取りしてきた情報が一元管理できるうえに、アクセス制限もかけられるのでセキュリティも万全である。施主を参加させることで、営業的にも現場の信頼感があがり好感度も期待できる。アクセス制限により施主に見られたくない情報と見せたい情報を選別することもできるので、現場監督としてはありがたいサービスなのではないだろうか。

これらのITツールは使いこなすためにはスキルが必要になり、高齢の大工や職人には荷が重い場合も多い。ガラケーと言われるフィーチャーフォンを使う高齢者はまだまだ多く、いきなりスマホに変えることで極端に効率が下がってしまう場合もある。そこでこれらクラウドサービスを提供する企業は、職人向けのスマホ利用教育を積極的に行ったり、ユーザーインターフェイスをわかりやすく直感的なものに修正したりして、どうにか現場で使えるように環境を整えてきた。その結果が現状の利用促進につながり普及が浸透してきた結果である。

さあ、ここからが本来の情報共有クラウドサービスの本領発揮。設計図書、工程表、打合せ議

事録、受発注情報など、様々な情報を元請けの会社と下請けの会社、現場監督と設計者や職人で共有することで何らかのメリットを出さなければならない。なぜかといえばそのサービスが有料だからである。元請け会社の経営者は、現場からの声やサービス提供会社の提案でこのサービスを導入するわけだが、やはり導入するには何らかのメリットを期待する。それは主に「コストダウン」「生産性の向上」「品質確保」の3つであろう。コストダウンではムダの排除が効果を発揮し、生産性の向上ではムリな工事や工程を無くし、品質確保ではムラのある施工を無くす。まさにムリムラムダの三拍子を解決することを求められるのである。

工事原価は下がりました？

工事は無理なく工期内で終わってます？

現場監督さん定時で帰宅できるようになりました？

品質チェックでダメ出しは減りました？

あれ？

せっかく情報共有サービスを導入したのに、結果が出てない現場もあるようですねえ。

情報を共有しやすくなった後、何をどのように変えていけば良いのかを改めて検討する必要があるかも知れませんね。また結果が数字で表せるようにしておかないと、経営者は評価してくれませんから、結果を数字で表現できるような工夫も必要ですね。

とにかく、情報共有サービスは必ず現場環境を良くするものだと思って常に改善を続けることが大切なのかも知れません。

An advertisement for "目視録" (Mokushiroku), a construction information management system. The top left has the logo "目視録" and "施工情報管理システム クラウドサービス". The top right has contact info: "電話でのお問い合わせ 045-478-2482" and "会社案内 1~11/11/11" and "お問い合わせ 資料請求". The main title is "目視録" in large orange characters, with "施工情報管理システム クラウドサービス" below it. The background shows construction workers and a tablet displaying a construction site. At the bottom, there are four orange circles with text: "業界実績 NO.1", "導入現場 260万件以上", "インスペクション 対応", and "働き方改革 対応".

成果を出す

販売促進の進め方

早川WEBの販促提案も見てね!
<http://kai-en-tai.com>



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。

15

ツール開発 / 接客の巻

●名刺

目的：初回接客で好印象を持ってもらうため、覚えてもらうため

名刺はとても重要なツールです。好印象を与えて覚えてもらい、相談等、何かあった時に思い出して電話頂く接点になります。サンプルをご紹介しますので、ポイントをおさえてください。

■縦位置 / 表

ターゲットが中高年なら、文字が小さすぎると読める文字の大きさを、ストレスなく読める文字の大きさを。



工務店だからこそできる安心リフォーム
株式会社 **満腹工務店**



代表取締役社長

満腹 大二

〒236-0052 横浜市金沢区富岡西 4-23
TEL:03-6231-0418 FAX:03-3509-0662
E-mail:d2.hayakawa@kaientai.tv
建築業許可 / 神奈川県 (般-25) 第 12345 号

■縦位置 / 裏

ず~っと安心な
住まいと暮らし

住まいは家族がずっと幸せに暮らすための器だと思います。その「器」を創ったり直したり守ったりするコトが私たちの仕事で使命なのです。地元工務店としての誇りを胸に皆様に必要とされる会社を目指し続けます。

LOOK 満腹リフォーム 検索

住まいの“困った?”を解決します。
どんなことでもご連絡ください。

TEL:03-6231-0418

想い、業務内容、クレド(理念)等を裏面に書くこと、お勧めです。業務内容等は強みを活かし、またお客様のメリットになるような書き方で。

表と裏で、デザインの統一性を施すのもいいです。

■横位置 / 表



工務店だからこそできる安心リフォーム
株式会社 **満腹工務店**



代表取締役社長

満腹 大二

〒236-0052 横浜市金沢区富岡西 4-23
TEL:03-6231-0418 FAX:03-3509-0662
E-mail:d2.hayakawa@kaientai.tv
建築業許可 / 神奈川県 (般-25) 第 12345 号

■横位置 / 裏

満腹工務店の主な業務内容

- 手の届く価格の健康で快適な住まいの新築
- まるで新築のような大規模リフォーム
- 暖かく爽やかな空間にするリフォーム
- ご家族の状況に合わせた水廻りリフォーム
- 空気環境をキレイに改善するリフォーム
- 介護がしやすいバリアフリーリフォーム
- 住まいの“困った?”をすぐに解決するメンテナンス
- その他、ご要望に合わせたリフォーム

満腹リフォーム

検索

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」

「断捨離」

最近、必要に迫られて断捨離を行っている。

断捨離とは、「もったいない」という固定観念に凝り固まってしまった心を、ヨガの行法である断行（だんぎょう）・捨行（しゃぎょう）・離行（りぎょう）を応用し、

断：入ってくるいらぬ物を断つ。

捨：家にずっとあるいらぬ物を捨てる。

離：物への執着から離れる。

として不要な物を断ち、捨てることで、物への執着から離れ、自身で作り出している重荷からの解放を図り、身軽で快適な生活と人生を手に入れることが目的であると、ウィキペディアには書かれていた。



確かに、家には不要なものが多く存在し、さらにいらぬものは数多く入ってくる。デフレも影響しているだろうし、商品の多さも影響しているだろうが、基本的にこころの問題なのかも知れないと感じている。

住宅設計を長く続けていると、ユーザーからの収納量の確保は常々であり様々な工夫を施してきた。これはリフォームではさらに要求度も高くなり、住むための住宅なのかモノを収納するための住宅なのかわからなくなることもある。確かに利便性を良くするモノもあるし生活を豊かにする道具もある。料理や洗濯といった家事の時短につながるモノもある。おしゃれを楽しむこともできるし、プチセレブを気取るこ





いまだに昔のものが多く残っているが、自分自身を振り返ると新しいモノが身の回りを占めていた。今回、断捨離を思い立って家の中を探っていくと懐かしいものが多く見つかったが、実は存在を忘れていたものがほとんどであった。同じ機能や用途のものが複数存在し、結局日常的に使っているのは最近買ったモノだということが分かった。

今回の断捨離で押し入れや物入からごみ焼却場に行った量は、ごみ袋に30袋以上、本はブックオフに衣装ケース10個分ほどの量を持って行った。服は数枚をひとくくりにして出したが、何くくりしたか

ともできる。しかし限度なくモノを増やすことはどうなんだろうと感じている。

今回、自分自身で断捨離を行った結果、モノに対する基本的な考え方が変わったように思う。多分今後は100円均一のお店やドン・キホーテなどの安売り店には行かなくなると思うし、買う前にもう一度その商品は本当に必要なモノなのかどうかを考えるようになるだろう。値段で判断するのではなく、そのモノの価値を見極めようと努力するのではないかと思う。

できれば必要最低限のモノで生活したいと考えるようにもなった。多少の不便さも楽しめることのゆとりが欲しいとも思う。大切に長く使いたいと思うものだけにしたい。そうすれば捨てなくて済むし、部屋も広く使えるし、整理整

頓もしやすくなるであろう。

私の両親はモノを大切に使う人で

わからないほど出した。すると収納がずいぶんすっきりとしたし、多くの空きスペースが生まれたのである。

なぜ、こんなにもモノを買ってしまうのだろう。なぜ、同じ機能や同じ用途のモノを買ってしまうのだろう。

それは、流行りのデザインのモノを使いたい気持ちがあるからだろう。また「買う」という行為で何かを補填しているのかも知れない。買ったことを忘れているということもあるだろう。

いずれにせよ現代人はモノに対する価値観が戦前の人と大きく変わってきているようだ。モノのない時代からモノがあふれた時代への変化もあるだろうが、そろそろ自分自身のモノに対する価値感や買うことに対する考え方を改める必要があるように思う。確かに購買は日本経済を発展するし、なんとなく豊かさを体感できるが、ごみ処理の問題や住まいの収納場所の問題を考えると、そろそろ日本全体でこれらのことを考えても良い時期に来たのではないかと、断捨離をしながら考えてしまった。



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。

酔いどれ 早川大二の



一人自撮、馬鹿みたい↑

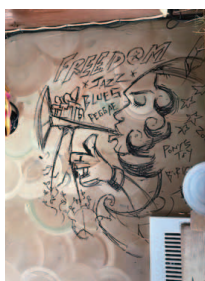


渡り旅日記



六十巻合目 酔いどれ日記

5月18日(金) 晴れ 工務店さんの販促応援で静岡は菊川へ。仕事前の腹ごしらえをしたいが、駅前にお店が見当たらない。でも、おいらの鼻がひくひくする方へ歩くと、新築なのにビンテージ感満載のカフェが。おいらの大好きな「昭和のかほり」の店だ。



▲菊川 / PONY

▼特急あずさからアルプスの山々をパチリ



5月24日(木) 晴れ 久々の長野県 / 松本へ。

松本はおいらが仲良しの工務店さんが多く、仕事だけでもつたいないので、当然飲み会となりまして。話しはなんだかんだと言っても仕事の話が中心。でもそれが楽しい! 世のため人のために、家族のためにそして自分のために!!



▲松本 / 刺し盛り



▲松本 / 鮭塩焼き

呑んでは語り合うのでありました。

5月28日(金) おいらの小学校の同級生が女将をしている居酒屋で一人呑み。一人呑みの時の過ごし方は、メモとペンを横に置いて、徒然なるまま思いついたことやアイデアを書きながら呑みます。で、翌日そいつを見るとほとんど解読できないのであります。そう、酔っぱらって書いても、あ〜た、そりゃあ無理だわね。



▲横浜 / 鮭の塩焼き



▲WHOTA / 後ろの眼鏡が新入部員

6月3日(日) 晴れ

今年で結成42年を迎えた我がロックバンドWHOTAの練習であった。ベースに新メンバーが加わり、惰性になりがちな練習もなかなか新鮮で楽しかった。練習後はビールで乾杯! 嗚呼、幸せな日々よ。

