

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。

2020年11月号

今月のひと言

「一人勝ち」のチャンス到来!

今は大変革のBC:ACの境目。
途中経過である「withコロナ」にまどわされることなく、
BC:紀元前=ビフォー・コロナ
AC:紀元後=アフター・コロナ
これぐらいははっきり戦略的なセンスがポイントと言えるでしょう。

気持ちを強く持って、運をつかんでください。

とかく先行きを悲観的に考える人は、できない理由を考えると
言われます。
そして論理的に悲観を語り、運を遠ざける、と。

大きな変革期です。
みんなで気持ちを強く持っていきましょうね。

不易流行

「コロナで変わってきた働き方と暮らし方」

新たな働き方を支えるのは ITとオンライン空間の広がり

いま、人と人との距離感、働き方、そして家族のあり方までが新たな視点で見直されている。これまで「経済成長を前提にしない社会のあり方」として使われてきた「ニューノーマル」は、

いつしか「新型コロナウイルス以前とは異なる日常や社会のあり方」として浸透した。そのニューノーマル時代の働き方を象徴するのが在宅ワーク（テレワーク）の広がらう。

4月の緊急事態宣言の発令で、テレワークによる在宅勤務は急速に普及した。内閣府が5月から6月にかけて行った調査によると、テレワークを経験した人の割合は全国で34.6%、東京23区では55.5%。オンライン会議やオンライン商談は日常化し、会社のクラウドが自宅から

使用できるようになり、契約における捺印や署名は「電子サイン化」した。感染予防対策という外的要因によってではあるが企業のテレワーク推進は一気に進んだ。

課題となるのが「コミュニケーション」や「従業員モチベーション」をどう高めるかだ。eラーニングの強化や勤怠管理のデジタル化、そしてテレワークによる仕事を正當に評価するため、仕事内容を職務に応じて決め、成果で処遇する「ジョブ型」制度を導

地方も選択肢のひとつ 高まる働き方の自由度

働く個人の立場から見ると、職種にもよるが働き方の自由度は高まっている。仕事柄どう

入する企業も増え始めている。また、AI（人工知能）による採用面接なども進化している。テレワークという新たな働き

方を支えるのは、クラウドやAI、IoT（モノのインターネット）化）、高速通信企画5Gなどのテクノロジーを基盤にしたオンライン空間の広がりと見える。定型業務は自動化し、デジタル化が進むことでペーパーレス化も実現する。もちろん遠隔勤務前提のセキュリティ対策の強化は必須条件だ。あらゆる勤務場所や人が安全につながることで、働き方は新しいステージへと移行し始めている。

しても出社が必要な職種でもオフピーク出勤やローテーション勤務などが少しずつ浸透し始め

ている。これらをテレワークと組み合わせれば、在宅勤務でストレスが溜まっていた人達も外へ出て身体を動かしたり、会社の仕事仲間と直接話をしたりすることができ、心身共にリフレッシュする効果が期待できる。その点からシェアオフィスやレンタルオフィス、コワーキングスペースなどサードプレイス（第3の場所）の活用もさらに注目されるだろう。

島根県や静岡市などは、在宅勤務が増えたのを機に都市から郊外や地方への移住を考える人が目立つようになってきたことを受け、リゾート地で仕事とリフレッシュを兼ねるワーケーションや都市部と地方の2地域居住や遠隔勤務の需要の取り込みを狙う。沖縄県や北海道などの観光地でも加速する働き方改革の流れをつかもうと、ワーケーションを誘致する動きが活発だ。

ワーケーションも2地域居住もニューノーマル以前から芽生え始めたライフスタイルだが、これまでは通勤という大きな壁が立ちただかっていた。ニューノーマルの時代となり、地方にも生活拠点を構えて都会の自宅と行き来するスタイルにも挑みやすくなった。毎日出社する必要がなくなった人たちにとっては、住まい選びの幅が広がると言える。

本社機能を地方へ移転する動きも出始めている。情報収集や人材確保の面から地方に本社を移転することは不利とされてきたが、オンライン会議やオンライン面接が普及し、大都市圏でないと情報や人を集められないという状況は変わりつつある。事業継続計画（BCP）の観点からも都市部と比較して3密を避けられる環境に従業員を誘導することは意義がある。

デジタルトランスフォーメーション（DX）が浸透することで、こうした動きや極端な場合はオフィスを持たずに企業活動を継続したりするケースも増えるかもしれない。

おしゃれや美容も おうちで過ごす自分のため

まず、ニューノーマル時代となつて最初に話題となったのが「巣こもり消費」。それを支えたのはオンラインサービスの充実だ。外出自粛によって生まれたこの新たなトレンドは、Eコマース(電子商取引)などによる自宅にいながらのショッピングや、ネットを活用したエンターテインメントなどがけん引した。中でも在宅勤務や在宅学習向けのパソコンや家電商品、

自宅空間を快適にするための家具やプチリフォーム商品、そして余暇時間を充実させるオンラインゲームや動画配信サービスなどが人気を博した。

ユニークなところではオンラインによるヘアカットやヨガ・エクササイズなどの指導など。コンサートなどもオンライン配信による公演が増加している。単に巣こもりの時

間を埋めるだけでなく、自分磨きや運動不足、ストレス解消なども消費の原動力となっており、健康器具や美容グッズなどは通販などでも好調だったようだ。

巣こもり消費は自宅で過ごす自分や家族との時間を充実させる消費行動が主流だが、一方で人と直接会わずに交流できるオンライン飲み会も浸透した。オンラインでスナックを経営するママやマスターと飲みながら話ができる「オンラインスナック」も新たな消費シーンとして話題となった。

「3密(密閉空間・密集場所・密接場面)」を避けた買い物や外出を応援する新たなサービスも登場した。車に乗ったまま買い物ができるドライブスルー方式を採用する八百屋や道の駅、ドライブインお化け屋敷、そして昔懐かし



い車内で映画が楽しめるドライブインシアターも各地で復活して

いる。また、6月に栃木県の採石場跡地にて開催され話題を集めたドライブインフェスも様々な地域で開催が計画されている。

「非接触」もニューノーマル消費のテーマの一つだ。キャッシュレス決済の導入やアプリやネットでの店舗の混雑状況の告知、購入商品の事前予約・取り置き、指定場所への配送など、企業の取り組みは細部までいきわたる。

自社の想いと強みでできることはまだある。それはリノベーションや大規模リフォームだ！

リノベーション受注のアイデア 8選

VOL 11

アイデアの8 社会貢献で受注する／最終回

1

今回が8つ目のカード、究極の販促策【社会貢献で受注する・最終回】をご提案させていただきます。

前号（前編）で「大規模リフォームやリノベをするであろう主たるターゲットは、子育てが終わり、自分たちの第2の人生を考える中高年（50歳～70歳くらい。人生100年時代にあって、とても元気で前向きに生きたい！と考えている人が多いと思います。もちろん、様々な悩みも抱えているでしょう。長い人生にかかるお金のコト、後期高齢者である親の介護や終活、子供の結婚や相続、自分自身の生きがい、そして健康への意識・・・頭の中に様々なことが渦巻いており、じつは何をどう整理整頓し、優先順位をつければいいかが分からず、『妥協の中にも納得できる最善策』を求めています。」と書かせて頂きました。

そこで、皆さんがファイナンシャルプランナーとか不動産会社の方、介護などに詳しい人と組んで、「第2の人生を元気に謳歌するための住まいと暮らしのセミナー&相談会」のようなイベントを行うことをご提案させて頂きました。でも信頼できるスペシャリストを集められるか？相談会やセミナーはどう企画しどう運営するのか？集客できるのか？受注につながるのか？等々、なにかと決め事や煩雑な手間がかかるコトも多いですね。

そこで今回ご紹介させていただくのが「NPO（特定非営利活動法人）元気に暮らす会」の活動です。

1 ● NPO元気に暮らす会がお手伝いします

元気に暮らす会、これは筆者が昨年6月に立ち上げたNPOです。まずは、パンフレットの一部をご紹介させていただきますので、ご一読ください。

■ 理念

ず～っと安心して暮らせる住環境の最適化で人々を元気にする

■ 事業目的

社会的弱者と言われる方々を含め全ての生活者に、居心地や居場所が最適となる住環境を提案し、具現化（新築やリフォーム工事）し、元気に暮らしを届けること。

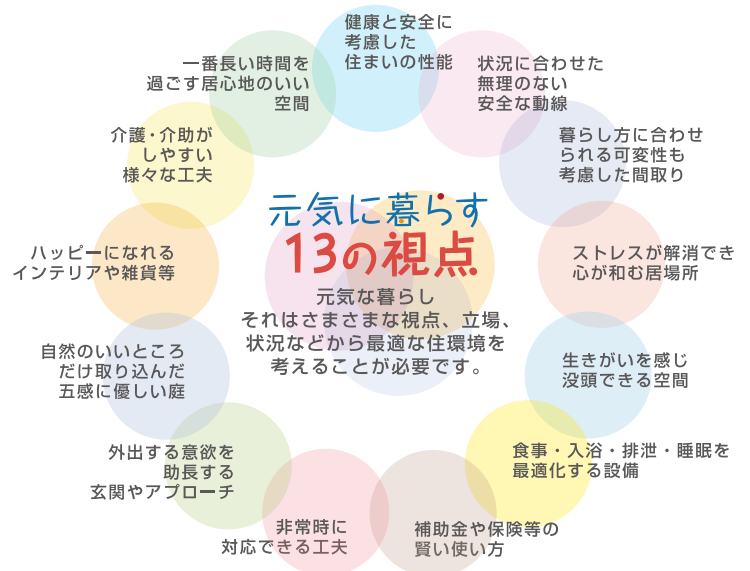
「古くて不具合があるのでトイレを入れ替える」

「危ないので手摺をつける」

「寒いので内窓を取り付ける」

これらは“負の解消”なので、部分リフォーム（その不具合の部分だけ改善できればいい）。それは、同じ機能の設備であれば安いほうがいい。となりユーザからすれば、仕方がないので直すという『マイナス・スタート』となります。もちろん、部分リフォームも重要な暮らしの改善策ではありますが、元気に暮らす会は“高齢者の方であれ、障がいのある方であれ、誰もがずっと元気で安心して楽しく暮らすための住環境の提案”を一議としており、それは大規模改修やリノベに至る可能性が高くなる提案になります。

前以下の13の視点からの提案がそれで、大規模リフォームやリノベーションの提案でもあるのです。これはユーザからすれば新築時のようなワクワク感溢れる『プラス・スタート』となるのです。



■ 大切なポイント

「リフォームを売る」のではなく“相談に乗る”なのです。NPO主催なので安心してご来場して頂き、施工会員の方には商売抜きで真摯に相談に乗って頂きます。だからこそ、ご来場された方々にとって信頼できる相談相手、と理解して頂き、選ばれ必要とされるつくり手となるのです。

リノベーション受注のアイデア 8選

アイデアの8 社会貢献で受注する／最終回

■ 方 策

メイン→社会貢献型のセミナーや相談会で見込み客を自然発生するしくみ。

サブ→1) 会員社のファンづくり
2) 会員社のスキルアップ

■ 具体的な内容

1

元気に暮らす会が企画運営
行政や地域メディアが集客

相談者が自然発生イベント

元気に暮らす会が主催するので時間やムダな経費をかけることなく、手間要らずです。公共機関や地元メディアに告知と取材を協力してもらうので、信頼度が高まり参加者数が見込めます。会員が真摯に相談に乗ることで、良好な関係が築きやすくお客様から選ばれ必要とされる確率が高まります。



2

“NPOが取材したページ”
はWEBの新たな武器に！

WEBページ作成

元気に暮らす会が会員社を取材し、WEB制作をします。“NPOが取材した”というコンテンツは他社にはない自社の新たなツールになりますし、当会のサイトにも掲載しますので、好感度、信頼度、認知度が高まります。

取材形式



3

お役立ちメルマガの配信

会員の皆様へ、トレンド情報や役立つ情報“知っ得かわら版”をメルマガで配信。

4

お客様から選ばれるスキル
を賛助会員と連携し実施

スキルアップ研修

介護やバリアフリー対策、施工品質、販売促進まで、納得とご満足をお届けする提案や受注促進に活かせるスキルアップ研修を実施。

上記が、現在私たちが行っている主な活動内容です。企画から運営、チラシ制作や当日のプロデュースまでワンストップで行いますので、皆さんはお客様の相談相手に徹して頂くだけでよいのです。

自社の想いと強みでできることはまだある。それはリノベーションや大規模リフォームだ！

リノベーション受注のアイデア

8選

VOL 11

アイデアの8 社会貢献で受注する／最終回

3

2● まだまだ実績不足ですが・・・

NPO元気に暮らす会は昨年6月に立ち上げたばかりなので、昨年のセミナー&相談会は3回しかできていません。まだまだ実績不足です。

それでも、少ない中でもいくつかの成果や課題を発見するコトができました。これらの経験をもとに、今年は積極的にセミナー&相談会を実施する計画でありましたが、コロナ感染症の影響で、全ての計画が中止、延期となりさらにこの足踏み状態は続きそうです。

がしかし、セミナー&相談会の参加者の方々からは“こういう機会は今までなかった。すぐにリフォームするような計画はないが、考えるべき時期がきたらまた相談に乗ってください” “今、リフォーム店に見積をお願いしているのだけれど、どうもこちらの要望をきちんと理解していないようなので、私の自宅で相談をさせて欲しい” などの声も頂きました。

これらのお声を頂き、これからの時代になくてはならない活動であると確信できました。

3● 社会貢献で、売り込まずに選ばれる！

それが地元のつくり手の究極の販促策だ

WEBもチラシもイベントも、どれも販促には欠かせないツールであり、方法です。がしかし、リフォーム業界の販促策の多くは「安いよ、今がチャンス！」

「当社なら安心です、施工例もたくさんあります」と、売込み型であり自社自慢型のような感じです。私はそれ自体を否定している訳ではありません。どんな商売でもあってもマーケティングは必要ですし、そのための販促も大切な活動だからです。

ただ、一番言いたい事は「自社の価値や強みを活かし」「それを必要とする方に伝え」「そのお客様の相談にのり、結果喜んでお金を払ってリフォームを依頼してくれる」という流れをしくみにするコトなのです。

しかし、今まで多くの会社さんを見てみると、それがないがしろにして他社の成功事例を真似ることが一番効果的で簡単な販促策のような風潮になってしまっているのではないかと。

これはとてももったいないことなのだと思います。お客様のお困り事や悩みを解決し、そしてワクワク楽しく安心して暮らせる住空間を提供する地域のつくり

手の皆さん自身が、チラシの反響率やアクセス数ばかりを気にする前に、ワクワク楽しい販促策をする姿勢や表現が最も重要なことだと考えます。

だからこそ、今までの販促の既存概念に縛られることなく、社会貢献として世のため人のために相談相手になれば、おのずと受注はついてくる。そうカンタンにはしくみとして浸透しないでしょうが、理念を鑑み中長期の経営ビジョンとして捉え、自社の価値ある強みとしてじっくり取組んで頂ければ、と。

地域のつくり手の方々の販促のプロとして、どうしたら「多くの経費をかけずに、売り込まないで選ばれ必要とされるのか？」を考え続けてきた一つの集大成として立ち上げたのがこのNPO元気に暮らす会です。

もしご興味がありましたら、早川までご一報ください。

さて「大規模リフォームを受注する8つのカード」、これにて最終回です。長い間、お読み頂き誠にありがとうございました。

まだまだ終息しないコロナ禍ではありますが、地域の中で選ばれ、必要とされ続ける価値あるつくり手として益々のご発展をお祈りいたします。

人生100年時代、いつまでも楽しく元気に暮らす

元気に暮らす会

NPO/元気に暮らす会が運営しています。

賛助会員様及び施工会員様ご提案書

苦手で効果が不透明な、
経費がかさむ販促活動はもうやめて
地域社会貢献で選ばれるつくり手に！
お客様から
選ばれ必要とされるしくみづくりは
元気に暮らす会とご一緒に

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。

よいどれ 早川大二の



渡り鳥日記



ハ十七合目 人が動けば 鳥も飛ぶ

緊急事態宣言が解除され、コロナ禍での仕事の仕方、暮らし方もなんとなく分かってくる。ずっと自宅でおとなしく我慢していた真面目な人々は、その我慢から解き放たれ“守ることは守りながら理性ある行動をすればいいだろ”と動き出しているようだ。

なんやかんや言われた「ゴートゥートラベルキャンペーン」だけど、そのおかげで観光地も活況だし、仕事で出歩く人も増えている。みんな動き出しているのだから、渡り鳥だって飛ぶのだ。★SD、マスク、消毒を心がけながら・・・。

ということで、プライベートも含め、久々に出張の出来事を綴らせていただきます！



▲9月中旬 富山の工務店さんへ取材。
立山連峰の豊かな自然の中での暮らしぶりに命の洗濯。同行していただいたアースレイズの古澤社長に寿司をごちそうになる。

▲9月下旬 久々に女房と外食。ちょっとおしゃれな焼き鳥屋。特別改まって話す事もないが、美味しいものは僕らをほっこりさせてくれた。



◀10月中旬 札幌のオレンヂカンパニーさんへ。
函館勤務の息子が札幌で研修、ということでジンギスカンを二人で喰らう。息子はよく喰いよく呑む！
2軒目は「拓朗」というミニ・ライブハウス。
自由にギター弾いて歌えるのだが、名前の通り拓朗しか歌ってはいけないのだ。

翌日はオレンヂカンパニーの社長と路地裏のバーへ(最も好きなシチュエーション)。びっくりしたのは、ママが若くて美人。また行こ。



▼10月下旬 久々の上田。
とある営業現場のヒアリングに。やはり、現場ならではの話しがあり、とても面白かった。長い付き合いの内堀社長に馬刺と焼酎をごちになり。



▲10月下旬 大田区はリフォーム専門店キタセツさんへ。
社長にごちそうになる。
立ち止まる事なく、常に進化していく社長の姿はカッコいい！



▲10月下旬 錦糸町。おらと同年の池上企画の社長と打合せを兼ねた飲み会。行ったのは九州料理屋だが、なんとも印象的なラーメン屋の看板が目につきばちり。