

# 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。

## 2022年7月号

### 今月のひと言

#### 今こそ、オリジナリティ。

本田宗一郎は工場を訪れるたびに「おい、失敗してるか!」が挨拶代わりだったそうです。

失敗はいやなものですが、トライ&エラーは仕事でも人間関係でも、恋愛でもつきもの。

だったら人より早くトライ&エラーすることで、先に行けるのではないのでしょうか。

例えば、住宅業界でもDX流行り。スマホを舞台にほんとうに迷ってしまうほどいろいろなツールやアプリが発売されています。これはツールやアプリ開発会社が一斉にトライ&エラーしている現状でしょう。ここから勝者が生まれてくるのですね。もちろん敗者も。

しかしいろいろなニュースに出てくるツールやアプリを見ていると、今の開発競争レースを走っているところは、同質競争ですね。ですから選ぶ方も迷ってしまいがちに。

だったら、どうせ成功を目指して開発するのなら、同質競争をしない=オリジナリティを追求する。これがユーザーとしての各種ツールやアプリの見方にもなるのでしょうかね。

家を建てる、リフォームする施主の方々も会社選びで見る視点にも同じことが言えるでしょう。この会社にこの会社なりの「オリジナリティ提案」があるか、どうか?

今年も後半戦。いちやくオリジナリティを武器にトライ&エラーして、あなたも勝者に。



# 住みなれた我が家で、 ずーっと<sup>安全</sup>安心して 住み続けるための備えとは？



**Charity**  
チャリティセミナー

元気に

楽しく

安心に

50歳からの暮らし方で必要なこと...

## 住み続けセミナー

オンライン  
**ZOOM**

病気・介護を遠ざけ、ずっと生きがいを持ち、ハツラツと暮らすために何をすべきか？  
どんな準備をすればいいのか？これからの暮らし方に役立つセミナーです。

### 見えるバリアと見えないバリア、家に求められること。

- 転倒予防と衝撃吸収。転んだことのある人は繰り返し転ぶ傾向があります。
- 温度は心臓や血管に負担、湿度は風邪や熱中症を誘因。
- 老眼が気になる40歳を過ぎたら我慢と油断は禁物です。

家は暮らしの基地、終の棲家として考える普通ではなかなか聴けないセミナーです。

日時

**8月7日(日)**

13:30~14:30

### 講師紹介



福祉環境アドバイザー  
**矢作 聡 Akira Yahagi**

総合住宅展示場の企画・運営に14年間携わる。  
外山義氏、高橋公子氏との出会いを経て、高齢者や障害者の向けの住まいづくりに関心を深める。

作り手、住まい手双方の橋渡し役として独立。バリアフリーリフォームのアドバイスを始め、社会的弱者向けのサービスや商品のサポート、住空間づくり、地域コミュニティづくりなど、活動は多岐にわたる。

### 【保有資格】

福祉住環境コーディネーター2級  
ホームヘルパー2級  
高齢者疑似体験インストラクター  
宅地建物取引士  
一女一男の父。  
趣味はサッカー、テニス、スキー。  
イクメンの走りと自負。

### チャリティーについて...

元気に暮らす会のイベントは収益金のうち、諸経費を除いた分をプールし、年末総会時に選出した福祉機関へチャリティーとして寄付させていただきます。

### NPO 元気に暮らす会とは？

理念は「人生を楽しむ」  
バリアフリー、ユニバーサルデザイン、ジェンダーフリー、ダイバーシティ・・・  
キーワードは色々あるけど、ひとりの人間として、誰もが元気で安心、わくわくしながら幸せに暮らし続けられる社会づくりを目指し、楽しく役立つ情報をイベントで発信しているNPOです。



### 概要・お申込み

日時：2022年8月7日(日) 1:30PM~2:30PM

開催方法：オンライン (ZOOM)

参加人数：100名様※先着順

参加費：¥1,100 (税込) ※50ポイントプレゼント

→ECツクツクで50円分のお買い物ができます。

お申込み：以下検索もしくは右下のQRコードを読み取っていただき、元気に暮らす会サイトよりウェブチケットをご購入ください。  
※ツクツクアカウント登録が必要になります。

<https://tsuku2.jp/genki>



締め切り：7月31日(日) までにお申し込みください。

チケット購入確認後、ZOOM URLをお知らせします。

お願い

イベント情報を随時お知らせしますので、アカウント登録時に元気に暮らす会のメルマガ登録をお願いします！

主催



特定非営利活動法人

**元気に暮らす会**

Call:090-2745-7935

〒236-0011

横浜市金沢区長浜2-10-22-102

mail:info@genki-kurashi.com

# 選ばれるリフォーム店になるために デジタル活用販促講座

アマゾンや楽天などのECサイト、そしてWEBにSNSとスマホ一つで情報がなんでも取れるし、スマホ一つでほとんどの物が手に入る時代になった。  
この時流にリフォーム店がどう乗っていけばいいのか？  
その提言をシリーズで解説させていただきます。

## 第9回 デジタル化販促の具体策 その3

デジタルのWEBにしてもアナログのチラシにしても、それらは情報発信や集客の手段であり、経営目的ではありません。（もちろんWEBやチラシという手段の目的も設定するべきですが・・・）ですから**それら手段を有効にするには「経営視点に立った、自社商品とお客様をどう結びつけるか？」というマーケティング発想が必要**で、ここからはそれに必要な6つの項目を具体例を交えて順番にご紹介させていただきます。

### 3 事業計画

事業計画とは何か？

Wikipediaではこう定義されていました。

事業計画は**事業の達成目的、目標、達成する計画・過程を示した公式のステートメント(文書)のこと**。

その目的を達成しようとする組織の概要や背景、戦略などの情報を含む場合もある。

ふむふむ、だとすれば、皆さんがつくられる事業計画には上記の部分が書かれているのかどうか？私がお手伝いさせて頂いた会社さんでは、正直皆無でありました。事業計画は毎年作成している、とおっしゃる会社でも、その多くは売上目標、経費目標、利益目標が記されているだけの場合がほとんどだった。

もちろん数値目標は非常に大事ではあるが、その根拠や意味、達成するための方法などが考えられていない。ましてや「PDCAを回し、常に改善」という事業計画の「キモ」がスッポリ抜けているのです。これでは、健全な成長ができないのではないかと思います。

**「事業計画は事業の達成目的、目標、達成する計画・過程を示した公式のステートメント(文書)のこと。」**なのであれば、誰が何をいつどうすればいいのか？を具体的に書面化し、その計画を常にチェックし改善し、事業の目的や目標を達成するために作られなければならないのではないのでしょうか？

以下、私が作り手さんと一緒に作る場合の事業計画のポイントをページを追って記しますので参考にさせていただければ幸いです。

- 1：表紙のタイトルに今期の目的を大きく打ち出す。**  
→今期の事業計画、何をめざすのか？目的をはっきり書くことで、誰もが目指すことを理解する。
- 2：社長(代表)の思いを語る。**  
→前期の成果や課題、そこで感じたこと、そして今期なぜこのような目的を設けたのか、それを簡潔にそして熱く語ってください。
- 3：企業理念とビジョン**  
→事業計画の根底にあるには企業理念、今期向かう先にあるのは将来のビジョン。毎年同じ文章でも必ず入れ込んでスタッフと想いを共有しましょう。
- 4：商品とターゲット**  
→新築は商品として分かりやすく表現できると思います。ところがリフォームとなるとなかなか商品としてリリースしにくい。せめて、リノベーションに力を入れたい、とか水回りを中心に売りたい、など主力となるものを商品として決めましょう。合わせて、その商品はどこの誰が必要とするのか？このターゲットをしっかりと考えてください。

## 5：売上目標・経費目標・利益目標

→上記の商品がどれくらい売れるか(売りたいのか)?の目標数値とそのためにかかる経費、粗利、利益を算出します。

## 7：方針と方策

→いわゆる戦略と戦術です。売上目標や利益目標を達成するために、どんな方針で、具体的にどんな方策を行うのかを明確にしましょう。

## 8：スケジュールと役割分担

→具体的な方策、それはいつ誰がやるのか?年間スケジュールに落とし込みます。これで思いつきの活動、無駄や無理がない活動ができるようになります。

## 9：会議の設定

→営業会議、役員会議、全体会議など、いろいろな会議が行われていますが、会議で一番大事なことは「PDCA」を回すこと。これを会議の目的にすると必ず成果に繋がります!

## 10：組織図と機能図

→会社の組織図、これはみなさん作成しています。しかし、その組織図に機能をはっきりと書き込んだものは見たことがありません。機能図とは、各部各セクションの目的と主な業務を明確に記載したものです。心臓の目的と機能、血液の目的と機能、それぞれの目的と機能がはっきりしているから人間は生きている。・・・ということです。

## 11：予実表

→毎月の予算と実績を記す表ですね。これも目標達成のためのPDCAには欠かせないもの。会議の席でチェックすることが大事ですね。

まあ、このように11ページくらいのボリュームが妥当かと思います。

最後にどうしてもお伝えしたいことがあります。それは「**事業計画はスタッフのためにある**」です。これは私の持論ですが、やはりスタッフみんなの情報格差、温度格差をなくし、前向きに仕事に取り組むことができる環境整備の役割もあるでしょうし、これはトップの責務でもあると思います。

いかがでしたでしょうか?

実際のサンプルをお見せしたいところですが、事業計画は秘匿性が高いのでお見せすることができません。ほんの少しだけですが、数ページだけサンプルをご紹介します。全ページをご覧になりたい方は、私に直接お問い合わせをいただければZOOMなのでご紹介させていただきます。

**企業理念 IDENTITY**  
企業理念とは、「なぜその企業が存在するのか」「何のために経営をするのか」という根本的な考え方のことです。社会や地域、お客様に何をもって貢献するかを定めた、企業の憲法のようなものです。

**ビジョン VISION**  
ビジョンとは「企業がどこへ向かうのか」「企業の夢は何か」という将来のゴールのことです。わくわくするような夢を描き、わくわくしながらみなさんと一緒に歩みたいと思います。

“いいお客様”との良好な関係でお客様が満足し続ける安定経営を目指す。

	第1フェーズ	第2フェーズ	第3フェーズ
第3フェーズ			1: 選ばれる会社へ 2: 次期事業計画の策定
第2フェーズ		1: 有効情報が自然発生するようしくみを改善し続ける 2: 黒字化 3: 選ばれる	

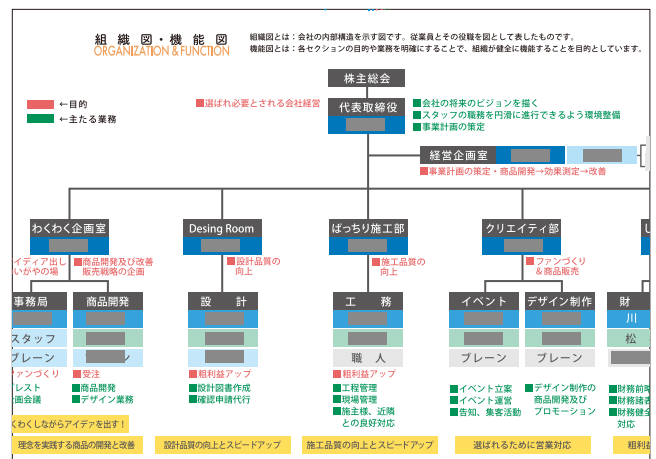
**方針 POLICY**  
方針とは、具体的な活動や計画を進める上で、方向性や原則を定めるものです。

**わくわく空間っていいね!**  
空間デザインは説明するものではなく“感じてもらうこと”が一番の説得力にあると思います。また、ターゲットが積極的で前向きな人なので、わくわく空間を体感し共感していただけるリアルな「場」での出会いをつくり、信頼感を共有し、当社のファンになってもらい、売り込むことなく、お客様から選ばれることを方針とします。

基本は前期と変わりませんが、**選ばれる**にあたり、モニターキャンペーンなどのプッシュ型戦略も取り入れます。

**戦略 Strategy**  
戦略とは、方針に沿った、具体的な活動計画です。DX(デジタルトランスフォーメーション): 進化したデジタル技術を浸透させることで人々の生活をより良いものへと変革することです。

**わくわく空間のわくわくイベント戦略 with DX**  
方針は、ワクワク空間を共感してもらおうリアルな「場」での出会い。ですから、その「場」をつくるために様々なイベントを行っていきます。また、その場自体がわくわく空間であることが望ましいので、過去私たちがプロデュースした店舗や住宅(今後つくるであろう店舗や住宅も)、**選ばれる**オフィス(住付オフィスであり、今後住付オフィスや住付店舗の需要はコロナ禍での働き方の変化によりニーズも高まるでしょう)その他メーカーショールームや倉庫など、いろいろな「場」を利用していきます。イベントそのものも、売込み型(例えばリフォーム商談会のような)ではなく、やはりわくわくするイベントで楽しい!を基本とし、イベントでその「場」を共有、共感することで当社のファンになってもらうこと一番の強いとします。



販促本舗 eN は“おすそ分けマーケットプレイス・ツクツク”に出店しており、そこでもメルマガを書いております。この読むビタミンとは一味違うテーマで気ままに書いてますので、よろしければ登録してください。

以下 URL もしくは QR にてアクセスをお願いします。  
<https://tsuku2.jp/wakuwaku-en>

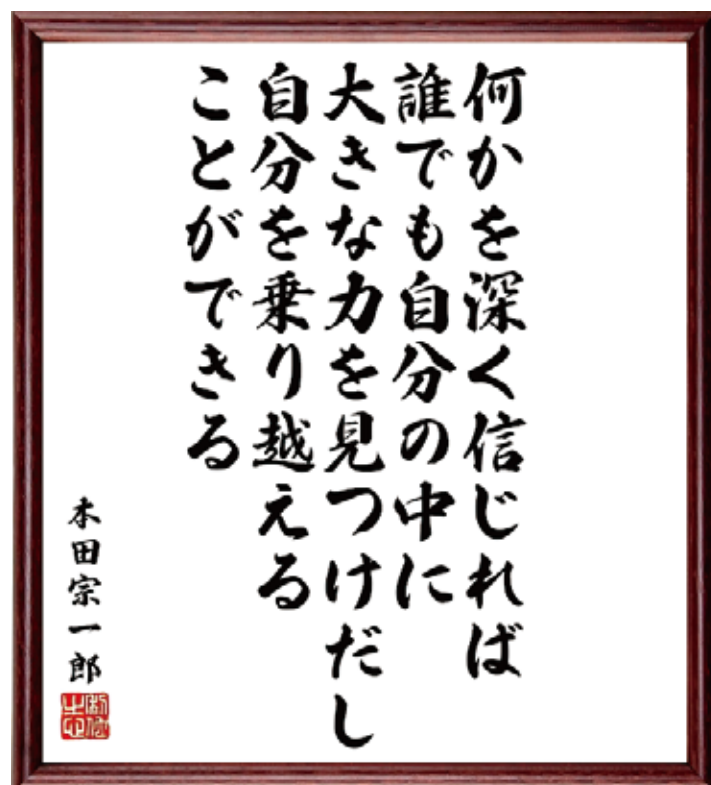




エンジンは去ってEVへ。  
エンジンで社会と人を幸せにした本田宗一郎。  
その名言の中にはEV時代にも通じるものが、たくさん!



写真はアマゾンサイトより



写真はヤフーショッピングより

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。

早川大二の  
よいどれ



# 渡り旅日記



## 百六合目 🍱 鹿児島と宮古で呑みまくり

桜島は生きている。

6月20日21日と仕事で久々の鹿児島へ。

夜は大学時代の旧友と一献。学生時代は授業も受けずに、一緒にギターばかりかき鳴らしていたっけ。

あれから約50年の歳月が流れたが、彼は彼のままで、今も素敵で魅力的だ。色々のご苦労もされたようではあるが、努力を重ね、成功者となった、と言っているだろう。

そして、天文館で大変ご馳走になった。ビール、日本酒、本場の焼酎を次々と飲みまくり、美味しい肴に舌鼓。



▲桜島をバックに



翌日は鹿児島中央駅近くのラーメン屋で「もつラーメン」、旨し!! そして空港へ。空港では立派な屋久杉に感動し、ゆったり足湯につかり...。仕事なのか遊びなのかわからんような至福の旅であったのだ。千秋ちゃん、また会おう!!

獲れたてのホヤホヤ、ホヤはど~や!?

6月22日、23日、昔からの仲良し社長の仕事で岩手は宮古に行ってきた。3.11では甚大な被害を受け、会社も流されたそう。新社屋には津波がここまで来たとわかる看板が役所により張られていたがその脅威をまざまざと見せつけていた。昔からの仲良し社長に夜は美味しいものづくしでご馳走になり...



▲鮮度抜群! 最高に旨いホヤ



宮古。震災後の復興はだいぶ進んだようだけど、今はコロナ禍で街に元気がないそう。でも社長はいつも前向きで元気ですね。坂本社長、これからも最高の飲み仲間であってください。



▲南洋建材本社  
▼坂本社長と宮古の市場で

