

山口県下関市 株式会社 安成工務店 <http://www.yasunari.co.jp/>

地域循環、環境配慮を重視した家づくりで、確かな評価を得る。
めざすは「地域に燦然と輝くアーキテクトビルダー」

海峡の街「下関」に今、新しい地域住宅会社のビジネスモデルを構築しつつある会社がある。市場の厳しさが一段と増す中、業績を拡大している。その秘密は、地域循環、環境に配慮した経営にあるという。今回のトップランナーは、そんな本州の最西端、下関の「安成工務店」様にご登場いただいた。

地域と環境を重視した
“環境共生住宅”

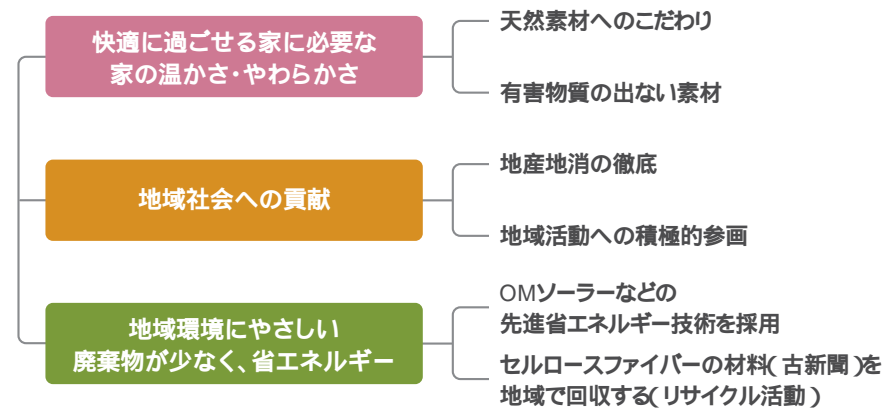
安成工務店の住宅は、外から見ても、中に入っても、やさしさとやわらかさを感じる。視覚だけでなく、室内で体感する空気のやわらかさ、手、足が触れる床、柱の自然素材のやさしさ、ぬくもりが心地よい。これが安成工務店の「環境を考えた呼吸する家」なのである。昭和63年、安成社長が引き継いだ時の安成工務店は、売上高15億くらい(安成社長いわく)「普通の工務店」であった。大手ハウスメーカーと同じ土俵の上、住まいの選択に重要な要素「デザイン・価格・機能」の中でわずかに価格対応に競争力があつたくらいだった。地域の住宅会社として生き残るためには、大手とは土俵を変え、他社にはない特徴を

持たないと、とても生き残れないと考えていた社長は、丁度その頃、OMソーラーを考案された奥村昭雄先生と出会う。先生の太陽光自然エネルギー利用に対する考え方を学んだのをきっかけに、「住まう人の生活環境や地球環境にやさしい家づくり」を決意したのが16年前のこと。その後、安成工務店の住宅はOMソーラーだけでなく、いくつもの要素が加えられ、「環境共生住宅」としてつくりあげられていく。

最初は、自然の木。「九州木の家づくり協同組合」のメンバーでもある安成工務店が使用するのは、大分県上津江村の「津江杉」と地元山口の「防長杉」。この2種類の杉の無垢材を自社プレカット工場加工している。

次に、古新聞の木質繊維から作った断熱材「セルロースファイバー」の使用。グラスファイバーなどの化学繊維にはない、自然素材による呼吸する壁として、「デコドライ工法」という施工方法で次世代省エネ基準の認定を受けている。さらに、雨水利用。雨水を溜め、散水、洗車などに利用するシステムを導入している。こうして地域に根ざした「環境共生住宅」は、安成氏が社長に就任してから16年で地域の住宅会社として、県下で売上No.1の地位を確立した。

安成社長の考える「環境共生住宅」とは



地域に根ざした活動を
“愚直に16年”

「途中4~5年間、伸び悩んだことがありましたが、この3年、再び成長路線に乗ることができてきました」とおっしゃる社長。地域の住宅会社としての1つのビジネスの形が見えてきたようだ。「1拠点10名で売上10億(35~40棟)」というのが地域住宅会社としての理想の形だという。人口10~20万の都市でこれだけの形をつくれれば、その都市でトップ3に入るといふ。このビジネスユニットを増やすことで、市場をリードできる住宅会社になれる。安成工務店は現在6拠点あり、拠点によっては13名で8億、8名で6億など、まだまだばらつきがあるが、社員一人ひとりが社長の考え方を理解して成長し、各拠点の体制が整ってきたため、理想とする形が見える所まで来た。今年130棟の目標を掲げる安成工務店、「ここまで来れたのは地域に根ざして、地域の人に認められるにはどうしたらいいか、という思いを真剣に突きつめ、『環境共生住宅』を愚直に16年間追求し続けた結果だと思えます」と、社長の言われる通りであろう。

ともすると、目先の利益やすぐ売上につながるようなハウツー(HOW TO)ばかりを追求する会社が多い中、安成工務店はこの16年間、毎月一回発行される「やすらぎ通信」や、「住まい塾」、1年間の同社の活動を報告するレポート「DO!」、



OMソーラーと太陽光発電がセットされたモデルハウス。

さらにホームページを通じて、安成工務店の「環境共生住宅」を継続して顧客に訴えてきた。最近では、自社からの情報発信だけでなく、一般新聞も含めたパブリシティとして取り上げられるケースが非常に増えてきているという。これは、安成工務店の活動が地域に認められた証であろう。

地域社会への貢献を目的に
“NPO法人設立”

環境共生住宅に使われている、断熱材セルロースファイバー(CF)の自社生産工場が5月稼働に向けて、建設されて

いる。そして、その原材料となる古新聞の地域回収母体として、NPO法人「e小日本(えこにっぽん) ぞくがわ」が2月に設立された。NPO法人が各町内のPTAや老人クラブ、自治会などに委託して古新聞を回収し、その対価として町内で使用できる地域通貨「エコロ」を配付する。このNPO法人の理事長は町長、副理事長に安成社長が就任している。この活動は、資源の地域循環型社会をめざす、いわゆる「ゼロエミッション」活動としても、全国でも初めての試みとして注目されている。地域住宅会社としてここまで取り組んでいる例も珍しい。まさに、地域住宅会社のトップランナーのあるべき姿である。また、安成社長には夢がある。それは「地域に燦然と輝くアーキテクトビルダー」。地域循環型「環境共生住宅」だけでなく、どこに持って行っても、誰に見てもらっても恥じない美しさやデザイン力のある家づくり。そして、地域で売上トップ3に入る力。年間150~200棟体制が見えたとおっしゃる安成社長、これから3年間は、出店拡大ではなく、地域住宅会社としての新たなビジネスモデルのノウハウを確立するといふ。「地域に燦然と輝くアーキテクトビルダー」の称号は、安成工務店のほぼ手中に入っている。



安成工務店本社と木の家づくり展示館(右)

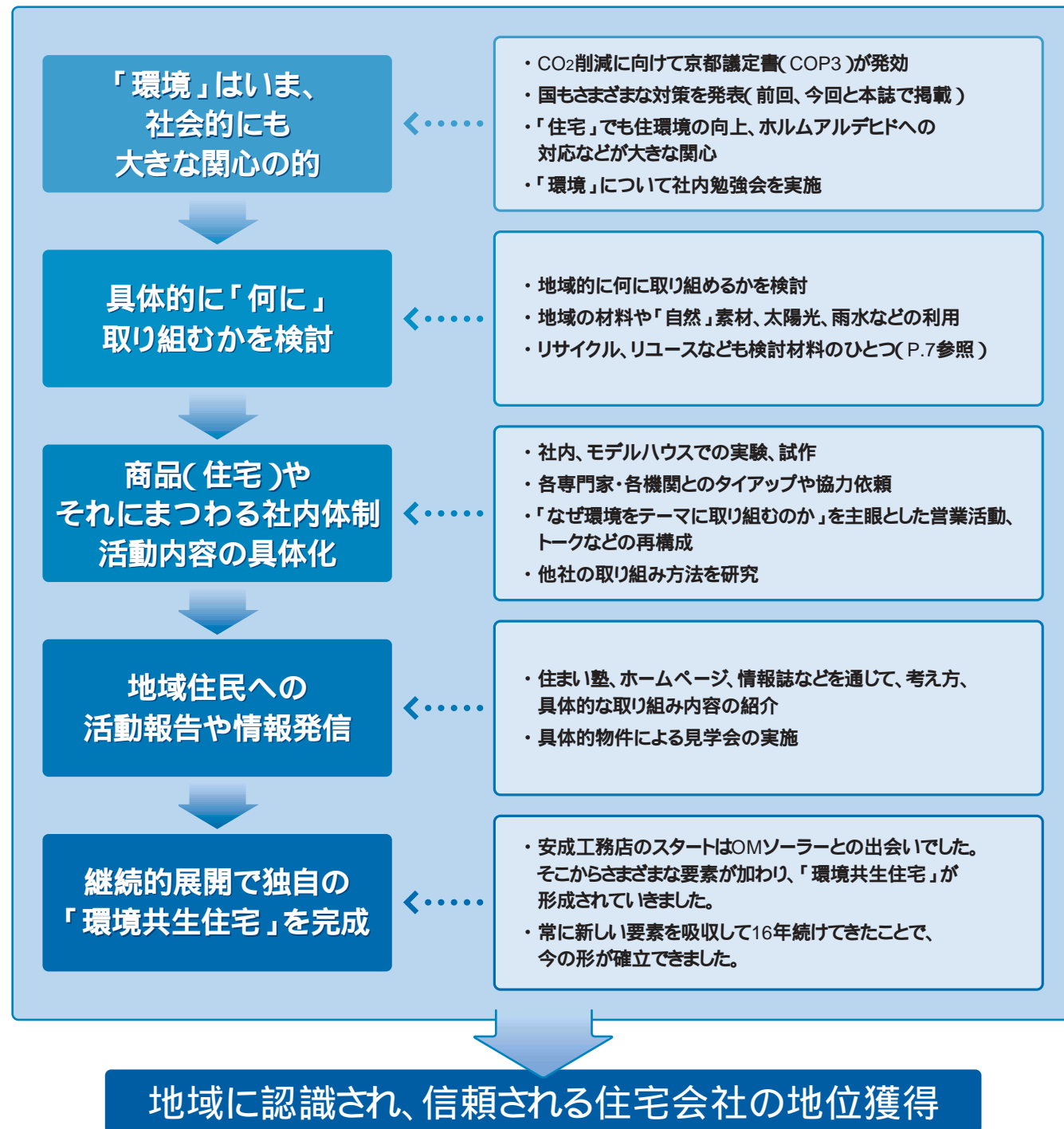


代表取締役社長 安成 信次氏

「地域」「環境」をキーワードに 地域住宅会社のあり方を考える

市場が変わった、顧客が変わったと、新しい取り組みをどんどん採り入れる会社が増えてきました。しかし、「なかなかうまくいかず、すぐ元に戻ってしまう」という声をよく聞きます。それは、あまりにも早急に結果を求めたり、「思いつき」だけで始めるなどが原因となっている場合が多いようです。今回ご紹介した安成工務店は、16年前、OMソーラーに出会ったのをきっかけに、「地域」「環境」

というテーマで他社と違う住宅作りを始め、その後、地域の材料、自然素材の断熱材、雨水利用などを加え、独自の「環境共生住宅」をつくりあげました。今回はこの例をもとに、いま社会的にも最も関心の高い「地域」「環境」をキーワードとした住宅会社をどうつくるかを考えてみました。



安成工務店は、地域循環・環境配慮をテーマに、地域住民に細やかなPRを行なってきました。



「やすらぎ通信」：毎月1回、安成工務店の催し物や暮らしの情報を提供している。



「DECOSDRY」：古紙を使った断熱材セルロースファイバーとその施工方法「デコスドライ工法」を紹介するパンフレット。



「DO!」：OB客を中心に年間の取り組みを紹介するレポート。



各新聞、雑誌などで取り上げられたパブリシティデータもまとめ、活動内容として顧客に紹介している。



松の無垢の持つやわらかな床と壁の珪藻土がやさしい雰囲気の内室をつくり出している。