

人材育成、CS経営を基盤に成長する大職人集団。 「木」と「技」と「心」で、心のふるさとを建てる。

愛知県西春日井郡は、昔は農家が中心の田園風景だったが、20年前から地域開発が進み、今では、新興住宅地になっている。ここに、町の成長にあわせて変革を決意し、規模も飛躍的に拡大した住宅会社がある。今回は、注文住宅では、愛知県でナンバー1の住宅会社、新和建設様をとりあげた。

木にこだわり、技にこだわる、職人が心を込めて建てる家

「木」と「技」と「心」というコンセプトを吉村社長が打ち出したのは、今から15～16年前。社長が昭和44年に独立してから20年後のことである。なぜこの時期に変革を決意したのか。「それまではいわゆる「町の小さな大工工務店」でした。それが、平成2年頃からこんな田舎の方にも大手ハウスメーカーの展示場や営業所がどんどんでき、このままではつぶされてしまう」と思われたそうである。「この流れに対抗するには大手はできない差別化が必要だ」と決意した吉村社長が考えたコンセプトは「孫の代になっても壊したくない家づくり」だった。それは日本の「木」への徹底したこだわりと「人の育成」だった。材料



八寸角の見事な東濃檜の大黒柱のある新和建設の住宅

は、出身地の近くの「東濃檜」を中心とした国産材だけを使った住宅づくりこだわり、技術者と大工棟梁の育成も本格的に始めた。まずは出身地である岐阜県の工業高校の卒業生から8人雇い、自宅に住み込ませて、大工としての技術はもちろん、親代わりの役割も果たした。当初は、本当に業界で生き残れるだろうかど「必死だった」という吉村社長は、色々な人に相談し、成功している全国の住宅会社も見てまわった。



新和建設本社 左と住宅館

この努力の甲斐もあり、たった15年で愛知県下で注文住宅No.1の会社に育てあげた。大変な苦労があったようだが、それより「なぜ、もっと早く気がついていなかったのだろうか」と悔やみましたよ。もっと早ければ、もっと立派な会社になれていたのに」と思われたそうである。今では当初の見習いメンバーも33歳。そのうち7人は同社に残り、中心メンバーとして活躍している。その後も毎年2～

4人は見習い大工職人を雇っており、現在30人の見習い職人がいる。さらに、棟梁として現場を任されている大工は、経験40年以上のベテランも含めて50人。大工職人総勢80人の大所帯。その中には、親子2代にわたって新和建設で働く人が7組もいる。今の時代、これだけの職人体制を保持している地場住宅会社も珍しい。新和建設には80人の大工職人以外に社員が120人もいる。この集団がどのようにして地場住宅会社の中で注文住宅分野県下No.1の売り上げを獲得できたのか。さらに詳しく話をうかがった。

孫の代も壊したくない 「心のふるさと」をつくる

「私も山で生まれ、木の枝打ちをして育てている人を見て育てている。(木は)孫の代にならないと切れないのにさあ。でも一般の消費者は機能重視ばかりで、なかなか木のよさはわかってもらえん。」大工一筋で生きてきた吉村社長としては、日本の木にこだわった、丈夫で長持ちする家を知ってほしかった。その思いから、「孫の代になっても壊したくない家」をつくらうと決意した。自分が生まれ育った家というのは誰にとっても心のふるさと。ならば、ふるさとにふさわしい立派な家づくりをしよう、というのが根幹にあり、

この考え方が新和建設をひとつにまとめてあげている。同社の「孫の代になっても壊したくない家」とは「東濃檜」を使用し、和室は全く無節の柱、通し柱は全て五寸角、床柱は京都の北山杉の天然絞り丸太を使い、その他の部材でも垂木から野地板に至るまで、全て国産材を使用する。さらに、自社の乾燥工場、加工工場によって、「品質の向上」「品質の均一化」「迅速な対応」が可能。さらに、20年保証も行っている。

同社の家に対する考え方が世間に浸透し、最近では「古民家再生」という大型リフォームが絶好調であるという。



住まう人の想いを生かすリフォーム「悠久夢創」

「100年以上経っているこの家を壊したくない。残したままで再生したい。お宅ならお願いできるのではないか」という問い合わせに対し、意気を感じた棟梁が古民家を見事に再生した。折角だからと現場見学会を行うと、なんと80組の

来客があった。「古いものを大切に再生する」というニーズがこんなにも強いことに、改めて気づかされた。「我々の家づくりの考え方は間違っていなかったということ、こんな形で教えてもらいました」と語る吉村社長。その後、この古民家再生は何件も続いており、なかには3500万円の増改築もあったそうだ。

儲けの殆どは 大工・社員育成のために

「木」と「技」と「心」を体現する家づくりのため、新和建設では「儲けの殆どは人材育成のために使ってきた」という。高校卒業後、大工見習いとして入社した社員は、まず8日間の外部研修で社会の基本的マナーを習う。その後6年間は研修期間として寮に入り、各棟梁の下で徹底的に指導を受ける。また、礼儀やマナーについても毎日の朝礼や様々な研修を通して厳しく叩き込まれる。さらに、管理職への昇進時にも11日間の外部研修後、全社員の前で発表会を行うことが必須となっている。これらの厳しい研修をなぜ行うのか。社長は「もう10年もせんうちに、俺ら幹部は引退だ。お前らが会社を背負っていかねばならんで」と口酸っぱく言っている。そして、この思いが徐々に浸透しているのだろう。社員の目はいきいきと輝き、自信に満ちている。



自然と季節を肌で感じる住宅「季光風土」



代表取締役社長 吉村 良三氏

CS経営により、 受注の50%は紹介

新和建設は、現在2500件のOB客を持っており、受注の50%はこのOB客中心の紹介から生まれている。さらにOB客からのリフォーム依頼も週2~3件入ってくるという。通常、これだけの規模(新和建設様の新築件数は年間150棟前後)の場合、紹介率は30%あればよい方とされているから、新和建設がいかに顧客満足(CS)を重視した施策を行っているかがわかる。「CSということをやかましく言っております。心を込めて対応し、感動してもらえる家づくりをしようよ」。

新和建設では、お客様にご記入いただく「CSアンケート」を8年前から実施しており、1ヶ月点検の時に100%回収しているという。アンケートはA4で5ページに及び、全担当者・全業者の固有名詞ごとに「非常によい」「よい」「やや悪い」「悪い」という4段階評価でチェックする。つまり、曖昧な「普通」という選択肢がなく、「良かった」「悪かった」かがはっきりとわかる設問方式。このアンケートは回収されるとすぐに新和グループのイントラネット「社内ひろば」に公開される。これは社内だけでなく、全協力業者が誰でも見ることができる。アンケートは3ヶ月に1回集計、分析され、必ず経営会議で検討される。さらに年2回(1、6月)全グループの職人ら500人が出席する「決起大会」でも発表される。この大会の最大のイベントは「CS大賞」の発表。これは、「どれだけ心を込めて仕事をしたか」ということをお客様が判断し、表彰してくれるもの」として、会社が一番重要視している。

住宅購入は大事業。だから ゆっくりと、じっくりと。

新和建設の新規顧客は、OB客の紹介以外に、30%が住宅展示場の来場客、後の20%が毎月行っている「構造」ど完成の見学会の来場客から生まれている。平均坪単価が50~60万円という中高級



8年前から導入されている4段階評価のCSアンケート

住宅の新和建設では、時間をかけて検討されるお客様が多いため、決してこちらから催促するような営業活動はせず、じっくりお客様とのコミュニケーションを図り、お客様のペースで検討していただくことも多い。



住宅館1階にある檜で作られた1/6の模型

さらに、お客様が住宅について勉強し、検討していただくために、新和建設には4箇所の住宅展示場以外に、「住宅館」(本社)と「生活館」(岐阜美濃加茂支店)と呼ばれる住宅の資料館を設けている。住宅展示場にご来場いただいたお客様には、住宅の資料館を案内し、住宅へのこだわりを知っていただく。ここには「東濃檜」の八寸角の大黒柱をはじめ、在来工法の原寸カットモデル、各部屋で使用される畳、襖、その他カーテン、クロス、タイルなどの材料見本や、風呂、キッチン、エアコンなどの設備機器がすべて展示されている。さらに、キッチンの広さや階段の幅などもシミュレーション

しながらプラン検討ができる。他にも、着工式などにも利用されるプレゼンテーション、セミナー室があり、そこでは様々な催し物が行われている。「長いコミュニケーションの中から仕事は生まれる」というのが吉村社長の考え方。新和建設は、顧客の立場に立って行動する姿勢が、随所に徹底されている。「新築というのは生涯収入の1/4をかけた大事業。慎重に考えるのが当然です」正式に発注が決まったら「数ある住宅会社の中から選んでいただいたことに感謝」し、真摯に「心をこめて」建てる。この真心こそが新和建設が支持される理由なのかもしれない。



OB客向けを中心に毎月3,500部発行されている情報誌

TOP RUNNER

今回のポイント

住まいを納得するまで理解・ 検討していただく場を設ける

施主は新築の準備として、まずは住宅展示場に行ったり、見学会に参加したり、設備・建材メーカーのショールームを覗いたりしますが、これは非常に時間と体力が必要。経験者から「大変だった」という声をよく聞きます。また、展示場は1ヶ所で様々な住宅や設備がトータルで見られますが、その展示は完成された状態のため、内部の仕組み等や詳細がよく理解できない、と

いった声も聞かれます。新和建設は展示場以外に住宅の総合資料館を設け、住まいの設備からその内部構造までがわかり、顧客がじっくりと理解できる場を設けています。今回はこの住宅の総合資料館に焦点を当て、顧客満足度を高める新和建設の営業活動を分析してみました。

新築時の顧客の行動とニーズを理解する

新築しよう! と思い立つ

夢と希望を持って展示場、
ショールーム、見学会へ足を運ぶ

土日中心に家族で
積極的に行動

住宅関連雑誌、
情報誌なども購入

様々な場所へ見学に行くが、
同じような説明ばかりで、不満が残る。

体力、根気、忍耐が必要...

ショールーム見学についての不満(%)

総合ショールームが少ないので商品の比較ができない	40
告知が少ないので、どこにあるかわかりにくい	38
そもそもショールームがあまりない	32
営業マンがついてくるので自由に見れない	28
展示されている商品が少ないので、カタログで説明を受けている	19
ショールームについて親近感がわかない	18
予約を入れていないと対応してくれない	4
工務店や住宅メーカーの営業員と同行しないと全くわからない	3
その他	8

n=533 出典:「家づくりネット」

施主の
ニーズ

- ・ 現物を見たい
- ・ 商品を比較検討したい
- ・ 的確なアドバイスがほしい

新和建設の場合

住宅展示場で住宅を見てもらう

住宅の総合資料館で、
**さらに詳しく、じっくり
理解していただく。**

住宅展示場では見ることが
できない構造・設備を展示

- ・ 構造材や構造の仕組み、その他建材、設備などを展示
- ・ プラン決定時にも図面やカタログだけでなく、すべて現物を見ながら確認できる

シミュレーション設備が充実

- ・ キッチンに立ったときの後ろの壁とのスペースや階段の広さなど、家族の状況に合わせて商品を検討できる

専門家による説明

- ・ 建築士やインテリアコーディネーターが常駐し、一つひとつ現物を見ながら説明してくれる

セミナーやイベントを開催

- ・ 住宅の勉強会、プレゼンテーション、着工式などが実施される

住まいの細部に至るまで、その良さをご理解いただける。
施工前にすべて現物で確認できるため、
顧客の安心感が深まり、施工後のトラブルも予防。

住宅会社を選ぶ上での「決め手」は

顧客に対する徹底した情報提供と
コミュニケーションから、信頼・安心感が生まれる