

# 建ててから始まる 一生のおつきあい 永遠につづくお施主様との歴史をつくる

26才で独立した夢ハウス赤塚社長には夢があった。新発田市一番の建築屋になろう。そして28年経った今、彼の夢はさらに大きな目標に向っている。彼の頭の中にはいつもお施主様の喜ぶ顔がある。お施主様との永遠につづく歴史づくりを彼はどのようにして作り上げてきているのか、その秘密をお伺いした。

## 26才で独立 木を知ることからスタート

本物の木による家づくりを自らの手でつくりたい、新発田一の大工・建築屋になりたい、その想いがつづいた赤塚社長は8年間の大工修行の末、26才で独立してすぐ、3軒の受注が取れた。

しかし、材木屋に見積を取ると、5万円程の差はあったが、ほぼ1,000万円という金額が二つの材木屋から出た。どうして同じ見積なのか、そこには全く市場の「競争原理」というものが見られず、この価格が高いのか安いのか、全くわからなかった。品物が来るまで、いいものかどうかもわからず、木とその流通について、全く知らないということに気付かされた赤塚社長は、「素材山師」という林業の専門家の人から木について、一から教えてもらうことになる。一本の立ち木を見て、何丁の柱、どれだけの材料が取れるのか、価格はどのようにして決まってくるのか、まず、木の勉強を徹底的にした。この姿勢が、赤塚社長の今日の夢ハウスの事業に対する考え方、取り組み姿勢の原点になっている。この時に培われた木を見る眼が、後に、直接山林から買い付けて、伐採するところから始まる一貫生産システムにつながっていった。

## 建てて始まる一生の付き合い 感動のない家につくらない

赤塚社長が初めて家を建てさせてもらったのは、小学校5・6年生の時の担任だっ

た恩師で、26回通ってやっと任せていただくことになり、赤塚社長は今でもこの時の感動を忘れることができない。

「奥さんが日記につけていたのですよ。『この人26回も通っている、お願いしたら』と、御主人に後押ししてくれたんですよ」と赤塚社長、感慨深く話される。以後、この先生とは切っても切れない関係になっていく。

最初は、できるだけお施主様に安い家と思い、ローコストの家もつくった。

しかし、価格中心で来るお施主様の仕事はその場だけのもの、決してその後長いお付き合いになるお施主様ではないことに気付く。その時、きっぱりとローコスト住宅を辞め、「商品売りはやめよう、作品作りをしよう」という考え方に立った赤塚社長は、夢ハウスの対象とするお施主様を明確にした。

「住宅の客層をピラミッドで、4等分しました。決して価格だけではありませんが、上の二つだけを当社のお施主様に決めたいのです。お施主様に感動してもらえない家をつくっても仕方ありません。私達はお施主様との永遠につづく歴史をつくりたいのです。そういう仕事をしたいのです」と熱く語られる赤塚社長、夢ハウスでは、お正月とお盆には、これまでの全顧客を必ず全社員が手分けして、廻らされている。



お施主様に開放されている本社ショールーム

「建てさせていただいてからが、お付き合いの始まりですよ。私は生きている限り、一生お付き合いするつもりです」とおっしゃる赤塚社長は、なんとご自分の手で



お施様のお墓まで建てさせていただいたことがあるそうだ。



お施様のお墓まで関わった一件も

## お施様がつくってくれた「友の会」

そんな夢ハウスには、お施様の会「友の会」があり、これがまたとても活発で、社長は「我が社の宝だ」と言われる。

この会は夢ハウスがつくったものではなく、一番最初にお施様になっていただいた恩師が発起人になって、お施様方がつくってくれた。

夢ハウスのお施様は圧倒的に学校の先生、公務員の方が多い。これも最初の恩師から次々に紹介をいただいた結果である。すでに退職された方も多く、これ

らOB客の方から、「折角のご縁だから、何か楽しい会をつくろうよ」と自然発生的に声が上がって「旅行の会」がスタートしたのが始まりである。赤塚社長は、2,200万円で購入したバスを、自分で大型免許も取った。このバスを利用して、北は北海道の利尻、礼文から南は九州まで、この12年間、殆どの所に行った。一日600キロメートル運転したこともあるという。



「友の会」のために観光バスを購入

夢ハウス友の会には、この「バスの会」以外に、「キャンピングカーの会」「ハ・レーの会」「山荘の会」「新潟のくらしと文化研究会」など、さまざまな会合があり、現在二千数百名が登録されている。

それぞれが非常にユニークな企画を展開している。とくに「山荘の会」というのは、

自社育成林の中にある「夢山荘」を解放したもので、露天風呂に入りながら、四季折々の大自然の移り変わりが堪能できる。週末はいつも予約で一杯だそうである。とにかく、さまざまな社長の言う「遊びの場」が展開されている。旅行だけでも年間15～16回実施されているという。これらはすべて友の会のメンバー、お施様によって運営されている。

ある時一般の人が「私もこの会に入れて欲しい」と言ってきたそうである。「いや、折角ですが、申し訳ございません。この会は、夢ハウスで家を建てていただいた方だけの会なのです」と答えられると非常に残念がっていたそうである。当然、この会に入りたいということで、夢ハウスで家を建てようとしてくれる方も増えている。創立20周年の時も友の会が中心になって企画され、社長は友の会から金一封20万円いただいたそうである。お施様同士が自主運営し、一緒になって楽しんでいただく場、決して会社がリード、運営している訳ではない、それが、夢ハウスの友の会である。夢ハウスで家を建てたという共通の価値観で結ばれた友の会は、ともしれば販促の手段にしか利用されず、お施様にとって関係のない、魅力のない会が多い中、本当にユニークで、生き活きている。

## 3000人集まる夢ハウス「感謝祭」

赤塚社長は本当にお施様との接点作りがうまい。ご自分では、「遊ぶことが好きなんです」と言うが、話を聞いていると、天性的に備った商売感覚のようなものを感じる。「お施様の喜ぶことを考えよう」という社長の考え方の元に、夢ハウスでは、「友の会」活動以外に数多くの催し物が実施されている。

80丁歩の自社育成林を利用した、自然の恵みに感謝するための「育成林伐採体験会」、春秋2回ずつ年4回行われる「育成

林植樹祭」、自然とのふれあいを楽しむ「森林ウォーク」、本社工場前につくられた無農薬夢ハウス農園で行う「いも掘り大会」などである。



「育成林伐採体験会」

中でも最大のイベントは、毎年夏の恒例行事となった本社工場で行われる「夢ハウス感謝祭」である。

8月の最終の日曜日に行われるのだが、OBの方を中心に約3,000人の参加があり、600台の駐車場が満車になるそうだ。感謝祭の「朝採り野菜コーナー」には、農家を営むお施様からトラックで野菜が運び込まれたり、親子木工教室、社員がついたもちまき大会、大鍋による汁がふるまわれるなど、まさにこの日は、新発田市の祭以上のにぎわいだそうである。



感謝祭で行われる「親子木工教室」

こうして今、夢ハウスは、赤塚社長が独立時に目標とした「新発田市一の建築屋になろう」という夢を、とうに実現している。

## 独自の乾燥技術で収縮・変型のない無垢の家を実現

夢ハウスがお施様から一番評価を受けていること、それはやはり家づくりそのものにある。夢ハウスはあくまでも無垢材



庭も社長が造られたという本社ショールーム

にこだわる。

住む人が健康に生活出来て、心安らぎ、長持ちする本物の木造住宅、それは木が本来持つ長所を活かした家である。大工一筋に生きて来た赤塚社長は、「本物の木造住宅は木の長所が活かしている『無垢材』でしか実現できない」と言う。しかし、無垢材を使用する時に一番問題になるのが、乾燥の問題。赤塚社長は持ち前の追求心から、10年以上の研究を重ね、「ドライランバー（特許取得）という木材乾燥機を自社開発した。従来15～18%の含水率で使用されるのが普通だった無垢材を130度という今までにない、超高温で乾燥させることによって、3日間で5～10%の含水率まで下げることが成功した。これによって、高い気密性、エアコン使用など、木にとって非常に過酷な条件の中でも、これまでの乾燥レベルでは不可能だった収縮や変型のこない、優れた安定性を発揮する無垢材ができたのである。

夢ハウスの住宅の構造材、内装材にはこの方法によって乾燥された無垢材（「ドライキュービット」と命名）が使用され

ている。だから、何年経っても狂いのこない家なのである。



夢ハウスの無垢材「ドライキュービット」

さらに、夢ハウスは、山林の伐採から製材、乾燥、加工、自社パネル、生コン、設備工事や、海外から直輸入の木材・建材の手配までを自社で行うことで、自ら厳選した本物の材料を中間マージンを排除した価格でお施様に提供するシステムを構築している。

このシステムは今、全国の240社の地場工務店パートナーに提供されている。夢ハウス赤塚社長の夢は今、「新発田市で一番」から、大きく日本全体に向けられているのである。



大自然の中にある「夢山荘」の週末は、いつも予約でいっぱい

# TOP RUNNER 今回のポイント

顧客管理はパソコンを使ってきちんと管理している、という声をよく聞きます。しかし、顧客の反応は？と聞くと、「よくわからない」と言われる方が多いのはなぜでしょう。それは、顧客にとって役に立っていない、おもしろくないと思われるからではないでしょうか。今回の夢ハウス様の事例をもとに、どうすることが、顧客にとって役立つことが、考えてみましょう。

## 「顧客管理」の実態

- 目的 ・リフォームのリピーターオーダー ・お施主様の紹介 ・建て替え
- 管理内容 ・実施した工事の内容 ・実施時期、アフター、増改築対応の履歴 ・住所、氏名、家族構成 etc.
- 管理手段 ・台帳 ・カード ・パソコン
- 使用方法 ・年賀状 ・暑中見舞い ・見学会案内 ・情報誌提供(郵送) ・アフターメンテナンス伺い



## 夢ハウスの「友の会」

- きっかけ ・OBの方からの「せっかくのご縁だから何か楽しい事を」という声でスタート
- 活動内容 ・友の会発起人が会長となり、会員で運営  
・殆ど遊びの会(旅行、キャンプ、オートバイツーリング等)
- 効果 ・どんどん活動が活発になっている  
・会に入りたい、仲間になりたいために、夢ハウスで家を建てる人が増えて来ている  
・夢ハウスイベントも、友の会のメンバーが積極的に参加、応援してくれる  
・紹介がどんどん増えている



## 何が違うのか、何を考えなければならないか

### 違い

1. OBの方からの発案によるスタート  
顧客とのつながりを大切にしてきた
2. 本当に楽しい、遊びの場を提供、支援している  
夢山荘、ショールームの自由使用、観光バス、キャンピングカー、ハーレー等
3. 社長自らが、遊びの仲間として参加  
旅行への同行、バス、ハーレーの運転、山荘での勉強会、懇親会への参加等



### 何を考えなければならないか

1. 「顧客管理」ではなく、「顧客友の会」  
我が社で建てて頂いたお施主様同志のつながりの場
2. 会社のために「利用」するのではなく会社は「支援」する  
会の運営、顧客の楽しい場のために支援する
3. トップ(社長)が仲間になる。参加する  
顧客と一緒に楽しむ。仲間にとけ込む、そういう中から輪が、つながりが広がる



「本物の木の家」に触れていただき、夢の住まいを建ててほしい。夢ハウスの販促物には、一貫してそんな思いが感じとれます。



「夢ひろば」は、生命の家を追求している夢ハウスが、総力を結集して作りあげたモデルハウス。木造建築の伝統の粋と美しさが、しっかりと息づいています。