

## 日本の住まいに提案したい 「北米住宅」の美しさとデザインポリシー 住宅の外観・街並みの美しさを考えよう

「どんなお客様に、どんな住宅を提供するのか」ということが、今、大きな焦点になっています。「高気密・高断熱」、「健康住宅」、「自然素材の家」が主流ですが、あくまでも「住宅はデザイン。見栄えが重要」と語る株式会社アービスホーム谷口社長様。今回は、社長様の「北米住宅」へのこだわりとトップのリーダーシップをご紹介します。

### デザイン・見栄えが大切。住宅は「ご主人の顔」

「住宅の外観を、街並みを写真に撮って見てください。きれいに写っているかどうか、洗濯物など見たくないものが写っていないか。住宅は、家の正面の道路に立って見たとき、美しく見えることが大切なのです」

いきなり住宅のデザインについて熱く語られる谷口社長様の第一声。そのこだわりや想いを十分に感じることができました。

アービスホーム様では、「北米住宅」をできるだけ手を加えず、提供しておられます。中でも、1800年代にデザインされた「クラフツマン様式」<sup>注1</sup>の住宅が中心です。

なぜ、谷口社長様は、クラフツマン住宅にこだわられるのか。

「アメリカで中心となっているのは、クラフツマン様式のように1800年代にデザインされた住宅です。変わっていません。一方、戦後の日本の住宅は、どんどんデザインが変わり、全くポリシーのない無国籍住宅がほとんどです。戦前の日本の住宅は、そうではありませんでした。道路に向かって正面を向き、美しく堂々としていました。住宅はご主人の顔です。これこそが住宅だと思えます。アメリカの住宅は、このようなデザインポリシーがはっきり残っています」と谷口社長様。

家の正面に立った人に対して、横を向いたり、お尻を向いているのは、決して良いとは言えません。また、多くの人が南向きを求めることで、道路を挟んだ両側の住宅のデザイン・街並みは、統一感がなくなります。今の日本の住宅づくりは、そのような「住宅の美しさ」について考えていないというのが、谷口社長のご意見です。

「トイレのある場所が外から見てもわかるような住宅はダメ。ほとんどの人が、南向きのリビングダイニングを求めるから隣のトイレ・風呂を見ながら食事をするような間取りになります。採光計画さえきちんとすれば、防げることです」

谷口社長の住宅デザイン（ファサード・クラシック<sup>注2</sup>）に対するこだわり・ポリシーは明確です。



淡いイエローと白い窓枠のコントラストが爽やかな印象。人を迎え入れる暖かさが感じられる美しく、ゆったりとしたファサード。これは、谷口社長様のこだわりの1つ。

(株)アービスホーム様  
ホームページアドレス <http://www.urbis.co.jp/>

### 60%が紹介客。70~80組が現場見学会に来場

アービスホーム様が手掛けられる新築の60%は、OB客からのご紹介です。なぜ、そのようなことが可能なのでしょうか。

アービスホーム様の営業活動の中心は、OB客の巡回・フォロー。新しいお客様への飛び込み訪問はありません。また、毎月行われる現場見学会のご案内は、必ずOB客にも届けられ、平均5~6組はお見えになるとか。

「車を新しく買ったとき、買い求めた商品の広告が気になって見るでしょう。それと同じです。皆さん『我が家と比べてどうか』が気になるのです。また、友人と旅行したとき得た店や、美味しかった店を自慢げに紹介する心理と同じでしょうか、お友達やご兄弟を誘ってお越しくださいませ」

現場見学会（内覧会）のご案内を中心にしたチラシ（2ヵ月に3回）・DM・電話などで平均70~80組のお客様が来場されます。

### 営業担当者が「見積り」から「原価管理」まで

「当社では、営業担当者が見積りします。原価を知っていますからお客様から値引きの話が出たときに、『帰って検討してみます』ということがほとんどありません。その場で判断します。営業担当者も常に原価意識を持つことで、物件ごとの粗利管理もできます」

さらに、営業担当者が現場の管理もすることで、お客様とのつながりが増し、後のOB客営業フォローもスムーズにできるようになるそうです。

### トップの率先垂範「今年も14時間働きます」

今年の正月、谷口社長は、2つのことを宣言されました。1つは、年賀状に「今年も14時間働きます」と書かれたことです。毎朝7時過ぎに出社し、帰りは夜9時、10時。これがほぼ毎日の社長様のスケジュールです。

ちなみに、アービスホーム様では、毎朝8時30分頃から9時までは社長様も含めて全員が清掃し、9時から30分間は必ずミーティングが行われます。

「日産のカルロス・ゴーンさんは毎朝7時に出社し、退社は夜11時だそうですが、ちょっと負けてますかね」と笑われる社長様。

もう1つは、今年の正月、全社員の前で約束されたことです。正月早々風邪をひき、健康でないといけないと自覚され、「今年はお酒を飲みません」と宣言されたそうです。7月現在、一滴もアルコールを口にしておられません。

何事も最後まで貫き通す社長様の意思の強さ、そしてトップが率先して垂範する姿勢は、「年率30%以上の売上増」という結果にしっかりと結びついています。家づくりのコンセプトがはっきりしたアービスホーム様の将来がますます楽しみです。

注1:クラフツマン様式とは、19世紀末から20世紀初頭にかけて、イギリスにおいて展開されたアーツアンドクラフツ運動という「産業革命による機械化・画一化に対し、人間の復興を求める芸術と工芸運動」の影響を受けて生まれた様式です。

注2:ファサードは「家の正面」、クラシックは「後世まで伝えられるような立派な作品」の意味。



住んでおられる方の声を中心にしたチラシ広告。顧客の声を直接ユーザーに伝え、あくまでも、「住む人の視点」で価値を訴求しておられます。



大規模分譲団地の中心。ひときわ目立つアービスホーム様の家の街並み。まさに、北米の住宅地を思わせる。

