

## 年間受注189棟 住まう家族のライフステージの変化に 親子2代が住み継ぐ家づくり

多くの人的一生に一度は持つ夢——マイホーム。「そんな大きな期待に応えることができる商売は住宅しかない。」今から、約30年前そんな思いを胸に、初めて建設業界に足を踏み入れられた高橋社長様。水まわりのリフォームからスタートし、今では年間受注189棟。事業が拡大しても支店や営業所を設けず、本社だけのお客様一人ひとりにキメ細やかに対応する誠実な家づくりをご紹介します。

### 「長持ちする、100年住める頑丈な住宅を提供したい」

「住宅ローンを払い終わる頃にまた建て直す必要はないような家をつくってはいけません。住宅ローンが終わってからも20～30年は再投資を必要としない、しっかりとした家じゃないとね。親子が住み続けるのではなく、『住み継げる』家です。」

高橋社長様は、「頑丈な家」をこのように定義されました。

現在の日本の住宅市場では、住まい手を十分に満足させることができる良質な住宅ストック、つまり「頑丈な家」が不足しているとも言われます。

「だから、アンケートをとっても、『70～80%の人が増改築を考えている』というような結果になるんでしょね。少なくとも、それを建てたお客様にとって価値ある、一生住まいとしての性能を失わないものをつくっていかねばならないと思います」と、社長様のお話にも自然と力が入ります。

最近住宅購入者層の年齢が年々低下し、27～33歳が中心になっているとか。社長様は、住宅購入者が低年齢化していることから生まれる問題点を次のように指摘されます。

「お若いので、どうしてものが本当にいい住宅なのかという価値判断がまだまだ不十分な方が多いですね。夢ばかり膨らんで、ご自分の予算を無視した形でいろいろな要望ができてます。ですが、一番重視しなければならないのは“耐久性と安全性”です。住宅は、自分達の人生の基盤。地震が起きても壊れない、家族が安心して暮らせる家が一番いい家だと思います。住まいをきちんとしてこそ、生活が豊かになるんです。」

少なくとも10年以内には大地震が起きると言われている東海地方では、耐震性に対する関心は非常に高く、同社では、耐震性・耐久性に優れた2×4工法を採用しておられます。また、最近特に注目されている室内の空気環境についてもいち早く取り組まれています。

「床下の湿気を防ぐために始めた、ベタ基礎、基礎パッキンの採用もその1つ。6～7年前から24時間換気システムや床下強制換気も採用しています。」

同社の住宅シリーズへの24時間換気システム導入率は7割と非常に高い。その他、他社と共同開発された木炭水性塗料「ヘルスコート」は、室内の有害物質を吸着し、マイナスイオンを発生するという特性をもち、空気環境にこだわった同社の家づくりに一役買っています。

東海3県で放映されるテレビCMと、月2回、合計100万枚の折込チラシが同社の大きな集客要素。チラシでは、豊富な商品が紹介され、タイプごとにつもの間取りプランが提案されている。その理由は、「お客様に大いに迷って欲しいから。」悩み尽きてこそ、後悔しない、納得の家づくりができる。社長様がいつも口にされるのは、『自分達が一生住む家なんだから失敗ないように自分達でしっかり選んでください』ということ。親身になって、最後までとことん付き合い、プロとしての的確なアドバイスを惜しまない。若いお客様の中には、プランが決まる頃、高橋社長様を自分達の父親のような存在に感じられる方が多いと聞きます。



### 「1拠点」だから実現できる高橋ismの徹底

拠点を増やすことで、社長様ご自身の信念がだんだん希釈されてしまうからというのが本社1拠点の理由。一人でも多くのお客様に自分で会い、直接ご要望を聞き、ご提案するというのが社長様のスタイルです。そして、すべてのお客様に社長様の家づくりについての考え方がしっかり伝わるように、毎朝30分間、営業マンとの打ち合わせの時間を設けられます。

「最近よく言うのが、お客様に喜ばれる仕事ではなく、『褒められる仕事』をしようということです。喜ばれる仕事=お客様の期待どおり。お客様に褒められるということは、期待以上の家づくりができたということです。そのためにはお客様の一步先を見据えた気配りが必要だということをいつも営業マンに話します。」と社長様。

日建ホームズ様の商談室には、お客様からのお褒めの言葉が書かれた手紙が何枚も貼られています。

「仕事をしていく上でとてもやりがいがあります。生きがいです。業者冥利につきますね。」と社長様の顔もほころびます。

### 時代のニーズを徹底分析。常に一步先のプランを提案

同社の3階建て住宅シリーズは売上の40%を占め、お客様から最も支持される商品です。ヒットの理由は、時代のニーズを見極めた絶妙のタイミングでのご提案ができたから。

「昭和45年の第一次分譲住宅ブームで住宅を購入した人が、今建替え期に入り、自分達の子供と一緒に暮らそうとしているんです。でも、当時の土地は1区画が40坪程度。3階建て2世帯住宅にならざるをえないという訳です。」

また、家族関係の希薄化を防ぐために、階段の昇降口をリビングの真ん中に設置したいというニーズをいち早くキャッチされたのも、ご自身がお客様の声に耳を傾けられる社長様の姿勢から生まれた提案です。

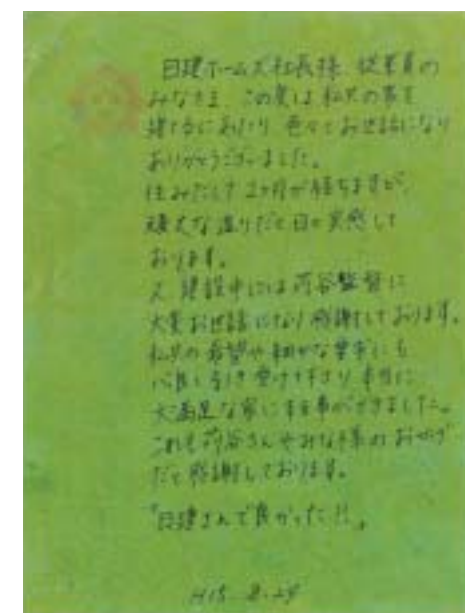
そんな高橋社長様が今後積極的に取り組みたいとされるのは、「自分の家で人生を終えられる住まい」。設備面だけでなく、間取り・生活導線など、あらゆる点で高齢者が生活に不自由ないように考慮した家づくりです。

「寝室とトイレを近くするとか、リビングから直接風呂場に行けるようにすることなどです。体が不自由な人はドア1つでも大変な苦痛。でも、リビングで脱いでそのまま風呂場に行けたら楽でしょう。」

車が常にマイナーチェンジし、お客様のニーズにあった価値が提案されているように、住宅も時代の一步先を見据えた家づくりをしていく。高橋社長様の家づくりは、そんな思いにあふれています。



「住まいとは、人が主と書いて住まいと読むように、人が暮らすために人を“主体”に考えた“快適・安心・安全”なくつろぎの場所」と語る高橋社長様。



喜びと感謝にあふれるお客様からの手紙