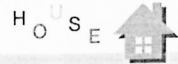


1 お客様を幸せにする“住宅”



住宅という商品ほど、お客様を幸せにする商品はほかにあるでしょうか。新しい住宅を建築することは家族全員の喜びです。

建築工事が終わり、入居のときはお客様全員がニコニコ、ウキウキと家の中を見回し、小さな子供さんが「僕の部屋、すごい！」と感激しています。奥様はキッチンまわりを見ながら、料理のレシピを思い描いているようです。新居の引渡しに立ち会った祖父は、3階のバルコニーに出て、「風通しがいいね。ここの土地はこんなに景色がよかったんだ。新宿の高層ビル群がよく見えるね」と、息子夫婦が新築した家に満足している様子です。

住宅産業は、お客様に癒しの場を提供します。家族とのコミュニケーションの場、仕事のやる気を起こす場、友人を招いてパーティーをする場、子供の勉強の場、祖父母との二世帯住宅としての場を与えることを可能にします。それが住宅という商品です。つまり住宅は、家族が寝起きし、生活し、憩い、疲れを癒し、英気を養い、活力を培うスペースであり、習い事をする場、趣味を楽しむ場、大きくいえば人間を育てる場所でもあります。その住宅づくりのお手伝いをできるのが、住宅業界の仕事です。これは設計、技術、営業など、会社のあらゆる分野のスタッフにも共通してもてる喜びです。

あるお客様を思い出します。

そのお客様はご夫婦でモデルハウスに来場されました。それまでドイツ支店勤務だったのが、東京本社に転勤になって帰国されました。娘さんが2人おられますが、お姉さんのほうが、小さい頃からピアノを習っており、ドイツでも続けていたそうです。外国では庭も家も広く、ピアノの音が近所の迷惑になることなど考えてもみなかったそうです。日本に帰ってきて、まず家賃の高さにびっくりし、さらに防音性能のよい賃貸マンションがないことに、またまたびっくり。そこで、娘さんの教育のことも考えて、親の土地の一角に住宅の新築計画を立てられました。

住宅選びのポイントは「防音性能のよい住宅が作りたい」というものです。特に、娘さんのために「ピアノ室を作りたい」ということがご夫婦の大きな願いでした。

そして契約をいただき、防音性の高い家が完成しました。「娘にピアノを

弾かせて、道路に出て聞いてみたら、ほとんど聞こえない」「ピアノ室の防音性能には満足している」「岡田さんのおすすめのシステムを採用してよかったよ」という言葉をいただきました。

完成した住宅に満足していただけた喜びはひとしおです。お客様は、その住宅に関わった設計士、コーディネーター、技術系スタッフの優秀さに感謝してくれました。つまり、会社のトータルサービスに満足していただいたのです。

その娘さんはピアノ室での勉強が実って音大に合格、今ではとても有名なピアニストになっています。

2 日本の産業を元気にできる



住宅業界は裾野が広い産業といわれています。住宅業界の着工棟数が大きくなれば、ツリー形式につながった関連産業にも仕事が増え、景気がよくなるといわれています。住宅業界の仕事が、日本の経済を元気にする波頭を担っているのです。その景気拡大の先頭車両を担当しているのが、住宅販売部門の営業、設計、技術系のスタッフになります。

少し話が大きすぎましたか。しかし、考えてみてください。例えば、大手カジュアルウェアの販売会社は生産を中国に依存しています。商品の生産増が「日本の雇用に貢献する」とはいえないでしょう。有名なスポーツ用品メーカーのシステムを見てください。韓国、中国、タイ、ベトナムと、より賃金の安い国へ生産工場をシフトして展開しています。

しかし、住宅産業は違います。国内の雇用を必要とします。仮に原材料、部品を海外調達しても、建築には現場施工が必要です。日本の職人さん、日本の関連会社の技術を必要とします。販売部門が1件の契約を取ることで、多くの業界の従業員に仕事を手渡すことができます。

初回接客から商談をして契約になり、建物の着工になった、と考えてください。

お客様から建築をするための敷地調査の依頼を受けます。有料の調査費用を申し受けます。設計関係のスタッフは法務局へ調査に出向きます。関連の仕事が発生します。お金が支払われます。地耐力調査業者さんへの費用、簡易測量の費用。敷地調査報告書作成の仕事も発生します。