

完全保存版 「朝時間」を120%使いこなす達人のワザを盗め!!

PHPの  
ビジネス誌

ざ・にじゅういち

THE 21

経営コンサルタント  
大前研一

イー・ウーマン社長  
佐々木かをり

サマンサタバサジャパンリミテッド社長  
寺田和正



平成18年8月1日発行 毎月1回1日発行 第23巻第8号 昭和60年1月22日第三種郵便物認可

総力特集

# 朝60分の仕事革命

"ギリギリ出社"をやめれば、実績&効率は驚くほど上がる!

## 特集 普通のサラリーマンが 家を買うベストな方法

気になる地価&金利はどうなる?  
よくある失敗&後悔のパターンは?

「気になるあの人」の仕事&人生哲学



篠原涼子



大木こだま



荒木水都弘

「ポジティブ思考」で時代を切り拓こう

団塊ジュニア、「格差社会」の歩き方

"本誌でしか読めない"超豪華連載!

テリー伊藤 / 堀 紘一 / 齋藤 孝  
池上 彰 / 吉田たかよし ほか



2006  
No.261  
PHP INSTITUTE  
定価520円

08

「仕事満足度」120%マガジン

木を知り尽くし、和を熟知した格調高き和の住まい「現代和風の家」。和特有の魅力を受け継ぎながら、美しいフォルムを描き出している

「自然派の家」は、資材選所に「天然木」と「自然素材」を選択し、健康と環境との調和を考えた住宅。温もりがあり飽きのこないデザインだ



創業23年の地域No.1ビルダー、万代ホームの「住まいの哲学」に迫る!

# 商品力のアップこそが「究極のCS」だ

「宮崎発」  
元気企業の研究

## 60秒でわかるスリーポイント解説

- 1 CS（顧客満足）の徹底的な追求によって、コンスタントに年間100棟を超える建築実績を誇る住宅会社が、九州・宮崎にある。鹿児島との県境に近い郡城市にある万代ホーム株式会社
- 2 今年は、同社のCMソングを取めたCDを幼稚園に無料配布するなど、将来を見据えてのファンづくりにも余念がない。だが、前田隆治社長曰く、「究極のCSは商品力のアップに尽きます」
- 3 その言葉どおり、同社は数年前から住宅の品質やデザイン性を重視し、「ローコスト住宅から中高級住宅へ」と路線転換。現在、「健康住宅」づくりに邁進中の万代ホームの哲学とは？

## 顧客紹介率七〇%を実現した地域ビルダー

「年間百棟超の注文住宅をコンスタントに建築していますが、いまでは、当社のお施主様からの顧客紹介率が全体の七〇%。月によっては、一〇〇%ということもあります」

と笑顔で語るのは、宮崎No.1ビルダー、万代ホーム(株)本社・郡城市)の前田隆治代表取締役社長。この驚異の顧客紹介率を支えているのが、全社を挙げてのCS(顧客満足)の徹底的な追求だ。

その最たるものが、建物引き渡し後の各種サービス活動だろう。

たとえば、「月一回のOB客全数訪問」。創業から二十三年余り、同社で家を建てたOB客は千六百を超える。毎月第一日曜日、その一軒一軒を社員総出で訪ね、社内発行の「かわら版」を渡しながらかommunicateーションを深め、入居後の住まいを確実にサポートしている。

もう一つは、「二十年の長期にわたる無料点検サービス」。これは法律および契約義務に基づくものではなく、あくまでも同社独自のサービス活動である。

「普段はめったにみられない床下や小屋裏の様子もデジタルカメラで撮り、その場でテレビモニターを通じてご確認いただき、後日、報告書もお送りしますので、たいへん喜ばれています」(前田社長)

このほかにも、毎年二回「お施主様感謝のつどい」を開催。その狙いを、前田社長は次のように語る。

「これらの試みはすべて、お客様と永遠のおつき合ひのできる『歴史』をつくりたいからです。当社の経営理念は『感謝』。お客様への感謝の気持ちを持ち続けられ、お客様も当社のことをいつまでも応援してください。二十年前は十歳だったお施主様

の子供たちも、いまや三十歳。そのころの子供たちの多くが、私どもの会社で家を建ててくださいます」

感謝の心に基づくCS活動の実践が、同社を地域No.1ビルダーにたらしめている事実を裏づける、好エピソードだ。

とはいっても、いまの時代、いくらサービスがよくても、悪かろう、安かろうの商品では、誰も相手にしてくれない。そこで同社は、二十一世紀を迎えた四〇五年前から、住宅の品質やデザイン性を重視。具体的には、「ローコスト住宅から中高級住宅へ」と、大きく路線転換したのである。

「そもそも、私どもが仕事をさせていただいているエリアは、そんなに高級住宅が売れる地域ではありません。ですから私は、創業以来、できるだけ安く住宅を提供しよう」という考え方でした。ところが、業界の勉強会に参加したり、全国の優秀なビルダーの先進事例を視察してみても、二十一世紀は、住まわれる家族のみなさんが快適かつ健康で、安心して暮らせる住宅を建てるのが大切であるということ、実感しました。商品あつてのCSといましようか、究極のCSは、商品力のアップに尽きるんですね」(前田社長)

当初は、「どうしても品質をよくすると、値段が上がってしまうため、お客様が減ることを心配」(前田社長)したが、それは杞憂に終わった。事実、平均坪単価は、従来に比べ大幅に上がったが、「万代ホームはいい家を建てる」とかえって評判になり、もっとも紹介率が高かったものの、昨年五〇%だった紹介率が(この数字でも驚異的だが)、冒頭の七〇%へと跳ね上がったのだ。

## 空気環境のポイントはいオンバランスにあり

では実際に、この驚異の顧客紹介率につながる万代ホームの家づくりは、どんな哲



96年にオープンした、県内最大級の住宅ショールーム「MANDAI PLAZA21住宅インテリア館」。営業マンが自宅を訪ねるのではなく、顧客がショールームを訪ね、経験豊かなプロのアドバイザーに気軽に相談しながら、具体的な住宅プランを描いていく



毎年、冬と夏に開催されている「お施主様感謝のつどい」。前回(2006年2月5日)は、同社で家を建てた08客の家族、200組約800名が参加。福袋プレゼントや宮崎牛が当たる抽選会、前田社長が自ら鮮度抜群の活きカンパチを捌くパフォーマンスも行なわれた

学に基づくものなのか。

同社は現在「いやし健康増進住宅研究会」に名を連ね、ひと味もふた味も違う家づくりに取り組んでいる。

「みなさんご存じのように、シックハウス症候群が社会問題化し、その原因となるホルムアルデヒドの放散量こそ規制されるようになりましたが、昨今は高気密の家づくりが主流ですから、根本的な問題解決には至っていません。

なかには、床材や壁紙にノン・ホルムアルデヒドの接着剤を使っているだけで、健康住宅を謳うメーカーもありますが、それは違います。大切なのは、できるかぎり地球にやさしい材料を使い、地球への負荷を最小限にした暮らしをする心がけ。つまり、人間も地球も、健康長寿をめざす家づくりなんです(前田社長)

それが「マイナスイオン効果と自然素材で健康快適」をコンセプトとする「いやしるの住まい」だ。

ちなみに、マイナスイオンには「抗酸化作用」といって、人間の健康によい働きがあるとされる。昔の地球の空気のイオンバランスは、人間にとって理想的なマイナスイオンが多い状態だったが、この一世紀で逆転現象が起き、プラスイオンのほうが多くなったという。

つまり、快適な住環境をつくるには、いまは「空気に着目する時代」なのだ。「いやしるの住まい」は、いわば呼吸する家。炭を用いるにしろの知恵をヒントに、豊かなマイナスイオンで抗酸化を促す空気環境を実現するとともに、建築材料にも高品質の自然素材にこだわることで、健康回復&増進の相乗効果を図る家づくりです(前田社長)

この「いやしるの住まい」の核となるテクノロジは、次の六つ。  
 《マイナスイオン抗酸化効果》を出すものとして、①敷地の地中に「癒しる炭を埋設。また、②基礎のコンクリートのなかに特殊

加工した微粉炭を混入。そして、③遠赤外線を放射する液体を壁や天井にスプレーし、有害な揮発性化学物質の発生を抑えている。

《エコロジ設計》として、①人の心に安らぎを与える自然素材を厳選して使用。加えて、②夏に涼しいばかりか、冬も快適に過ごせ、省エネにも貢献する「逆垂木」屋根通気工法を採用。さらに、③銅板敷設「基礎パッキン工法」で土台を腐食菌から守っている。

営業マンの存在は大切だが営業マンには依存しない

これらのテクノロジを導入した万代ホームの商品ラインナップは、本物の自然素材を使ったエコ住宅「自然派の家」、最近人気の高い都市型住宅「シンプルモダンの家」、新しい和のデザイン住宅「現代和風の家」……と、多岐にわたる。

坪単価は決して安くはないが、豊富な外観デザインとインテリア・スタイルを組み合わせた健康住宅が、必ず見つかるとは言えない。また、売上げ棟数で宮崎県一番になることにも、こだわりません。いまは、お客様に心から満足していただける家づくりのお手伝いを、一生懸命したいだけなのです。目標は、多くのお客様にいつまでも応援していただける会社。そのため、お客様満足度・宮崎県No.1です。かね。宮崎の気候風土を活かした、大きな窓があつて風通しのいい、夏が似合う家なのか、快適でお勧めですよ(前田社長)

前田社長の爽やかな笑顔と初夏の涼風に吹かれ、仕事さえあれば、九州に住むのもいいなと心から思えた宮崎取材だった。



前田隆治 万代ホーム株式会社代表取締役社長

1953年、鹿児島県大隅町生まれ。高校卒業後、東大阪市の万代百貨店に入社。7年ほど勤めたのち、79年に宮崎市の不動産会社に転職し、いきなりトップ・セールスに。その後、自ら不動産会社を興し、83年に万代ホーム(株)を設立。いまでは従業員65名、年商25億円を誇るグループ企業を築き上げた。趣味は、ジョギングとウエイト・トレーニング。

「最近では「訪問営業はするな」といっているんです。家を売りにいかずに、家を買いにきていただく」。ショールームにお客様がこられたときには、建築士やインテリア・コーディネーターがお客様に親身になり、心のこもった対応をすれば、必ず受注につながります。商談のクロージングには

まだ営業マンが必要ですが、これからの時代は、営業マンに依存しきってはいけません。パート社員も含めて、全社員が「家づくりの専門家」になって、感謝の心を強くもち、お客様に対応すればいいんです(前田社長)

マイホームの完成までは、顧客のほうで同社を訪ね、具体的なプランを描き、アフター・サービスを行なう——これは、CSを追求するには案外、自然なスタイルかもしれない。

「私どもは(他社と)競争しながら、家をつくる気はありません。また、売上げ棟数で宮崎県一番になることにも、こだわりません。いまは、お客様に心から満足していただける家づくりのお手伝いを、一生懸命したいだけなのです。目標は、多くのお客様にいつまでも応援していただける会社。そのため、お客様満足度・宮崎県No.1です。かね。宮崎の気候風土を活かした、大きな窓があつて風通しのいい、夏が似合う家なのか、快適でお勧めですよ(前田社長)

前田社長の爽やかな笑顔と初夏の涼風に吹かれ、仕事さえあれば、九州に住むのもいいなと心から思えた宮崎取材だった。