



社長会だより  
3月

社長会だより 3月 ————— 1

  今月の実績から ————— 1

  社長会3月のテーマ  
  『「人」と「市場」を育てる』 — 2

  社長会3月ゲストセミナー  
  ハウス・デポ・ジャパン全面サポートの  
  ポータルサイトについて — 3

  新規加盟店ご紹介 ————— 3

  「ジャパン建材フェア」に参加 — 4

  全国のエリアマネージャーの紹介 — 5

  分科会 懇親会の報告 ————— 5

  日本住宅新聞 3月のトピックス — 6

  インフォメーション

  リフォームデポ

  JKサポートセンター

  ダイコク

  ハウス・デポ・パートナーズ

  ハウス・デポ・ジャパンFC支援  
  お積さん for JHOP

  ハートシステム

河を通れる幅が32メートルだったからだそうです。大和は39メートルあった。

アメリカは当時から大西洋、太平洋の両方で戦える軍艦を作っていたわけですから。ところが日本の海軍は太平洋で戦うことしか考えていなかった。アメリカに勝つためには大西洋でも勝利しなければならぬのに。これは会社経営にも通じるところがあるのではないのでしょうか。きちんとした戦略を持たず、闇雲に突き進んでも結果は出ない。そのように感じた次第です。

お手元の「需要動向調査」の通り、景気は横ばいですが。ただし、業績を景気のせいにしてはキリがありません。長期的、かつ視野の広い戦略を持って、自分の会社はどうあるべきか、どうなるべきかを考える。この会を通じて、優秀な経営者になっていただくことを心から念じております。



吉田会長から

先週ハワイへ行った際、時間があつたものですから、真珠湾に係留されたミズーリ号を見学しました。ご存知のように、この船は第二次世界大戦の降伏調印式を艦上で行つた船です。大きさは約4万8000トン。日本の戦艦大和が約6万4000トンですから2割ぐらい小さい。なぜ小さいかと言うと、パナマ運

# 右脳を使い豊かな発想をしよう 足りないものは異業種からも学ぼう

## 木戸社長から

会社の方向や施策を変える、いいものは現状を維持していく。そういう発想の転換を図る上で、年度末というのは適切な時期だと思えます。発想の豊かさという点では、やはりユニクロの柳井正さんでしょう。私が一番驚いたのは、ある方を社長に招いて一旦は会長へ退き、その後再び社長に復帰したこと。その理由が面白い。招聘した社長はユニクロという会社を売上4000億円か5000億円というレベルで固めようとした。柳井さんは1兆円企業にすと思っていた。考え方の違いです。ただし、その社長の考え方が正常で、異常なのは自分のほうだとも言っています。

もう一つ印象的な発言は、「うちの社員はサラリーマンというより自営業者である」。自営業者として責任の幅を広げ、その意識を強く持たせるわけですね。「経営者に連戦連勝はありえない」とも言っています。何年前か、「一勝九敗」という柳井さんの本が売れました。経営者は失敗して、それを分析し、そして先に進むのだと。人は困った時や心配な時、不安になり、危機感を抱きます。誰にでも覚えはあるでしょう。しかし、それは危機感ではないと柳井さんは言う。会社が好調な時、「これはちょっと違うのではないか」「これは変えたほうがいいんじゃないか」という違和感みたいなもの。これが本来の危機感、正常な危機感であると言っています。

柳井さんの豊かな発想を我々の建材業界に置き換えることはできないでしょうか。多少、大段に話させてもらえば、この業界には右脳を使う、豊かな発想をベースにした切れ味が足りないような気がします。私も、昨年の4月から業界のあれこれ、もしくは係数や管理を中心に話してきましたが、今は異業種に学ぶ、ここにポイントを置いていきます。私自身、発想の転換が必要であると痛感しています。皆さんも経験を礎にして、大きく豊かな発想を持ち、頑張っていたきたいと思います。

### 今月の実績から

## 長期戦略で構造的に黒字会社へ

2月は売上5000万円以下の会社で、特に赤字が目立ちました。先ほど吉田会長が話されたように、赤字会社を構造的に黒字会社にするというのは、やはり長期的に考えるという視点から事業計画を考える必要があります。短期的な経営戦略を組んでも黒字になるのは一時で、会社は再び赤字になる。継続的に黒字にするための改革はどうあればいいか。ここに神経を集中して、長期的ビジョンを策定していただきたいと思えます。

#### グループ全体平均

	売上高	黒字会社	赤字会社
実績 (千円)	111,083	62.2%	37.8%

#### 地域別平均

【北海道】		【東北】	
	売上高		売上高
実績 (千円)	84,366	実績 (千円)	105,791

#### 規模別平均

【当月売上高5千万円未満】		【当月売上高5千万円以上】	
	売上高		売上高
実績 (千円)	27,458	実績 (千円)	64,443

【首都圏 (東京・神奈川・埼玉・千葉)】		【関東 (茨城・栃木・群馬・甲信越 (山梨・新潟・長野))】	
	売上高		売上高
実績 (千円)	105,226	実績 (千円)	85,603

【当月売上高1億円以上】		【当月売上高2億円以上】	
	売上高		売上高
実績 (千円)	132,050	実績 (千円)	435,638

【中部・北陸】		【関西】	
	売上高		売上高
実績 (千円)	131,983	実績 (千円)	344,893

【中国・四国】		【九州】	
	売上高		売上高
実績 (千円)	34,775	実績 (千円)	88,282

## 小川社長から(ジャパン建材株)



ジャパン建材フェアでは、快適で豊かな住環境の創造を体現するため、展示会ごとに異なるテーマでアプローチしていますが、今回のテーマは「くつろぎ」です。

「くつろぎ」とは何か。この言葉だけでは伝わりにくいので、「ホーム・イズ・ノット・ハウス」(「ホームはハウスではない」という言葉で説明したいと思っています)。

我々も工務店さんも、今までは家というハードを作ること集中、注力して参りました。長期優良住宅にしても、フォーカスするのは性能に対してです。では家が完成し、そこに住む人々、家族の幸せや喜びにつながっているのか? そういうところまで、あまり追求してこなかったと思うのです。もちろんハードの部分は大切です。でも住宅事業に関わる事業者として目指すべきは、最終的には、住む人にとって帰りたい家、くつろげる家、アット・ホームの「ホーム」になっていくかどうか、ではないでしょうか。そこまで追求してみましようよ、との思いを今回のテーマに込めました。

そうは言ってもフェアは展示即売会です。当日売りを伴う形で、なおかつエンドユーザーさんへ向けたソフトウェアとして、ぜひとも「ホーム」を私たちや工務店さんと一緒に創っていきましょう。



# 『「人」と「市場」を育てる』— トヨタ式カイゼンを実行しよう

シリーズ3回目は、『人』と『市場』を育てる』をテーマに、お話ししたいと思います。

あのトヨタにも、実は倒産の危機があったんですね。膨大なリコールとリーマンショック、そして東日本大震災。震災によって部品メーカーの工場の多くが操業できず、トヨタは膨大な赤字を抱えてしまった。それまでの同社のジャスト・イン・タイムは完全でなく、いわば「らしきもの」だったと。危機を機に「かんばん方式」※の原点に帰って、「在庫は罪庫」と、完璧な受注生産方式を進めています。

トヨタ式の原点回帰は、すべての仕事を「標準化」することにも及びます。標準化とは、人に仕事がつくのではなく仕事に人がつくこと。担当者が変わっても、滞りなく仕事を進めるには標準化が必要です。

次の「平準化」と「多能工」ですが、仕事が集中している人のタスクを別の社員に振り分けられ（＝山崩し）、平準化は出来ます。ただ、振り分けられる人の能力がなければ無理ですね。そこで求められるのが多能工なわけです。多能工は伝票入力もできるし、配達も営業もできる。我々建材店も、多能工でなければ会社は回りません。前回お話しした星取り表を駆使して、ぜひ多能工を育成してください。

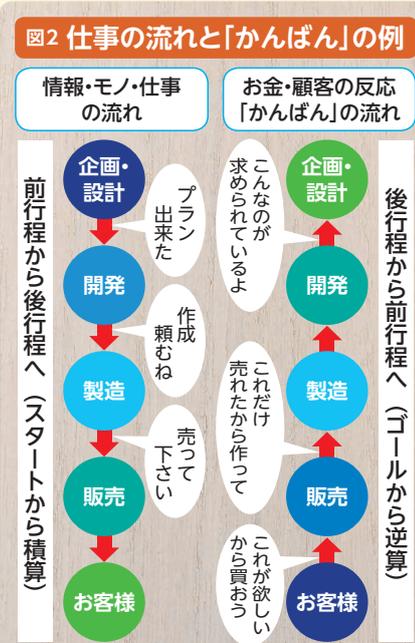
仕事の効率をアップする「片づけ」の仕組みについても触れます。トヨタでは赤札作戦と呼び、不要と思うモノに赤い札を貼って捨てる活動のことです。「三定」とは定品＝何を置くか、定位置＝どこに置くか、定量＝どれだけ置くか。トヨタ流に言えば「所番地」です。モノがあるところには必ず所番地がある。ロッカーなどにも、これを実践すればモノを探す手間が省けますね。

我々の業界では旧トステム、現在のリクシルさんが強力に「かんばん方式」を進めています。トヨタの場合、得てして「下請けいじめ」「乾いた雑巾をさらに絞る」との批判も耳にしますが、あくまでジャスト・イン・タイムの徹底から来ているわけです。

図1をご覧ください。3か月前に発注の情報の内示を、2か月前に修正情報を出す。そして1か月前に「かんばん」を発行する。納品までに1か月あるから見直しが必要なら修正も出来るし、3か月前に情報ももらえば計画生産が出来ます。トヨタとつき合うと非常に生産が進めやすいというのが、協力業者（トヨタの呼称）の実際の声です。



図2の左側が一般的な流れで、右がトヨタの「かんばん方式」による流れです。お客様とディーラーの商談、つまり情報からスタートして生産に入っていきます。流れを逆にすることでリードタイムが短くなり、ムダやムラ、ムリがなくなります。



先ほど述べた「片づけ」や「三定」は「職場の5S」(＝

## 3月優秀賞 受賞



**29号店 ハウス・デポ 都筑**  
**新しいすみ建装 株式会社**  
 代表取締役 島田 美佐男  
 この度、2月度優秀賞を頂き、ありがとうございました。26年度の総仕上げである3月の決算を迎えますが、今回の受賞で弾みがつき良い数字で終われそうです。これからも一歩ずつ良い会社にするべく社員一同頑張る所存です。今後とも、ご指導ご鞭撻のほど宜しくお願い致します。



**163号店 ハウス・デポ 東海名東**  
**株式会社 名東木材**  
 代表取締役社長 東 英則  
 このたびは優秀賞を頂き有難うございました。今年の弊社スローガン「原点回帰」を胸に改善改革を進め、社員一同一層の努力を重ね頑張っていく所存です。お客様、協力業者様、家族、社員が笑顔あふれる会社を目指します。今後ともご指導、ご鞭撻の程よろしくお願ひいたします。

整理・整頓・清掃・清潔・躰）に含まれますが、これにいろいろ指標を加えて「環境マネジメント」というテーマで、27年度のエリア社長会で紹介したいと思えます。これを実行していくことで気づきが生まれ、気づきの中で人が育ち、アイデアが生まれ、発想が豊かになるわけです。

3回にわたったシリーズのまとめとして、孫子の兵法のどの言葉がふさわしいか、探してみました。「兵を形すの極は無形に至る」、いわゆる「ワンパターンの恐ろしさを知る」ことです。冒頭で述べたように、固定客とは毎回同じものを求める客ではありません。日々、商品をカイゼンすることで人や会社、ひいては市場も育ちます。ワンパターンの恐ろしさを知ること、非常に大事ではないかと思えます。

2 ※完璧な「ジャスト・イン・タイム（必要なものを、必要なときに、必要なだけ）」を実現するために欠かせない管理方式。

# ハウス・デポ・ジャパン全面サポートの ポータルサイトについて

株式会社ワーキング・ヘッズ・アドバンス 長谷川取締役



これから我々がつくっていく「家ログ」（仮称）は、協定工務店様を対象にしたポータルサイトです。工務店情報をまとめて見ることができ、検索はもちろん、協定工務店様のホームページにリンクし、営業活動や広告宣伝に使われることを目指しています。

## ネット情報の重要性

詳細をお話しする前に、「注文住宅を選択する理由」について調べた国土交通省のデータをご紹介します。注文住宅を選択する決め手の1つは、自由につくれる、選択の幅が広いこと、2つめは価格、3つめは土地、いわゆるエリアです。これらは理由の上位ですが、では決め手のトップが何かというと、住宅メーカーさんへの信頼でした。人生で1番大きな買い物ですから、信頼出来る人に頼みたいと考えるのは当然です。

同じく国土交通省に「注文住宅購入時の情報収集手段」についてのデータがあります。1番新しいデータのトップ3は、住宅展示場、知人の紹介、インターネットです。インターネットは右肩上がりです。知人の紹介、住宅展示場はほぼ横ばい、ここ3年では微減です。

30~40代の家づくりのターゲット世代に聞き取りをしたところ、情報収集手段はやはりインターネットでした。ネットがあるのは当たり前で、ネットを存分に活用して情報収集する。逆にいうとホームページがないと不信、不安になる、という話が聞けました。この傾向がある程度続くと想定されるなかで、ホームページは信頼の担保、新規顧客獲得に必須と思われま

す。しかしホームページを運用するには2つの厄介な点があります。1つは、どうやってサイトを作ればよいか、どういう進め方をすればお客様に喜んでもらえるサイトになるかです。

もう1つが、どのように集客につなげるかです。せっかく作ったのに問い合わせがまったく来ない、また運用方法が分からず更新ができない場合もあります。企業がホームページを持っているのは当たり前になっていますが、どれだけ閲覧されているのかが大きな問題です。見られていないホームページは存在しないも同然ですので、ここをどうやって改善していくか、この2つの点を「家ログ」が解決していきます。

## 「家ログ」サイトの構成と可能性

「家ログ」では、トップページに新しい情報を出していきます。メインのコンテンツです。さらに右手に見学会の情報、上

のヘッダー部分には新築の家の情報などを配置し、そこから協定工務店様のホームページに遷移します。

工務店様のメインコンテンツに、施工例一覧をたてています。こちらは大きな画像を使いながら、詳細部分を見てもらう作りになっています。施工例以外のコンテンツでは見学会、住宅イベント情報があります。重要な営業ツールなので、こちらを掲載するコーナーを設けており、そこからお客様が工務店に直接資料請求できるような流れを想定しています。

「家ログ」は、デザインを含めてターゲット世代にマッチしたサイトであること、使いやすく、一覧の情報から詳細な情報へストレスなく遷移できるか、という点を意識して作っています。このサイトが半年後、1年後に一般のお客様に受け入れられているかですが、サイトの流行り廃りは早いので、デザインの改修、機能の追加等に運営側の我々がテコ入れをしていきます。

次に「家ログ」の更新・運営の方法ですが、ご参加いただく工務店様からコンテンツになるデータ、写真を撮って送信いただくだけです。工務店様の更新の手間をこの程度に抑えます。画像データを加工し、サイトに掲載するのは我々が行います。これで厄介ごとの2つが解決できます。

検索の上位に上がるための施策、SEOにも力を入れていきます。検索一覧に上がってこなければサイトは無いも同じですから、その点についても重点的に対策していきます。またフェイスブック、ツイッターなどネット内での口コミ、評判もゆくゆくはフォローしていきたいです。これらの相乗効果で検索順位を上げて、「家ログ」の価値を高めていくことができます。

大手サイトでは、載せても件数が多すぎてヒットしないという現象が生じています。その点でも「家ログ」の可能性を見出していただけると幸いです。「家ログ」の目標としては検索で1ページ目に載ること、「工務店」の検索ワードのほかに「注文住宅」「家づくり」でも上位にくいこみ、大手他社からお客様を引っ張ってこれるような流れをつくりたいです。参加される工務店様の数が増えれば増えるほど、よりよい循環ができます。皆様のご参加をお待ちしております。



## 新規加盟店ご紹介

2月末現在 334社

334号店

株式会社 太陽木材

〒510-0034 三重県四日市市滝川町19-2

代表取締役 村上 洋基



# 「第33回 ジャパン建材フェア」に参加



3月13日・14日に国内最大級の住宅建材総合展示即売会「ジャパン建材フェア」が東京ビッグサイトで開催されました。ハウス・デポ・ジャパンも参加し「勝ち残る会社づくり」をテーマに、完成保証「ハートシステム」やリフォーム見積りソフト「お積さん」の説明を来場者様に対面でご説明させていただきました。

幅広いニーズをサポートしていくため、いろいろな方々の会社の状況や、ご意見を直接聞ける機会となり、今後はそれを反映させて行くヒントも得る事が出来ました。



「ジャパン建材フェア」の住まいづくりサポートセミナーにて、ハウス・デポ・ジャパンも「リフォームソフト『お積さん』のご紹介」と「マッチングサイトのご紹介」のセミナーを開きました。

「リフォームソフト『お積さん』のご紹介」は弊社の石嶋が講師を務めさせていただき、リフォーム工事の見積りを早く、詳しく、正確に、そして簡単に作成できるというソフトの利点を、具体的な例でわかりやすく説明しました。

◀リフォームソフト『お積さん』のご紹介

もう一つの「マッチングサイトのご紹介」は、3月12日に社長会のゲストセミナーで来ていただいた(株)ワーキング・ヘッズ・アドバンスの長谷川取締役が『家ログ』(仮称)についてお話をさせていただきました。

現在、住宅購入のためのインターネットを活用した情報収集は必須となっています。そのために、工務店様にとって運用しやすく、お客様の目に付きやすい(検索の上位に上がりやすい)マッチングサイトを紹介しました。

マッチングサイトのご紹介▶



# エリアマネージャーを紹介します。

新年度のハウス・デポ・ジャパンのエリアマネージャーを紹介します。販売店様に顔を覚えていただき、お声をかけて頂けるよう頑張りますので、どうぞよろしくお願い致します。



北陸エリア  
上野 克則



北海道札幌エリア  
齋藤 裕



北海道道央エリア  
飯沼 末広



関西東部  
エリア  
村上 健治



山梨・長野エリア  
三浦 光晴



東北エリア  
対馬 鉄也



中国・四国エリア  
藤本 和彦



北関東エリア  
三好 聡



九州エリア  
三浦 司



関西・四国エリア  
中村 和成



中部エリア  
浅井 重和



北関東エリア  
石嶋 潤一



南関東エリア  
田中 美智雄

## 分科会 懇親会の報告

3月12日の社長会后、1班から4班まで34名の出席で分科会合同懇親会を行いました。名東木材の内藤部長に挨拶と乾杯をしていただき、各班の方々が交流できる会となりました。



2/25

**太陽光発電協会**

- ▶ 再エネ買取制度  
住宅用太陽光発電(10Kw未満)  
～出力制御機の有無で買取価格に新区分も～

**建経研・経済調査会経済調査研究所**

- ▶ 着工戸・14年度88.4万戸、  
15年度92.8万戸と予測

**(株)富士経済**

- ▶ 断熱材・遮熱材・蓄熱／吸着材  
国内市場の調査結果  
～遮熱材の需要も拡大傾向～

**木耐協**

- ▶ 新耐震でも65%の接合部が“釘止め”程度  
～「耐震技術満たさない要因の一つ」～

3/5

**全国古民家再生協会**

- ▶ 「断熱」の再築基準を提示  
～豊かな資源活かすためには、  
コストや施工への配慮も大事～

**国交省**

- ▶ 平成27年1月 住宅着工数  
11カ月連続で減少

**IBEC**

- ▶ 自立循環ガイドライン温暖地版  
10年ぶり改訂

3/15

**内閣府**

- ▶ 復興住宅の整備、ようやく本格化  
～気密への認識の差が復興住宅の性能の違いに～

**購読のご案内**

「日本住宅新聞」のホームページ <http://www.jyutaku-news.co.jp/> よりアクセスをお願い致します。

**工務店様・ビルダー様支援**

大切な住まいづくりを

ワンストップでサポートいたします。

JKサポートセンターは、工務店様サポートとして  
新築戸建ての営業・受注支援から引き渡し後の  
アフターフォローまで、建築行政の流れを踏まえた  
さまざまなサポートをワンストップでご提供いたします。



全国各地のJKサポートセンターが、工務店様の  
住まいづくりをトータルサポートさせていただきます。

**お問い合わせ**

ジャパン建材株式会社 JKサポートセンター  
〒136-8405  
東京都江東区新木場一丁目7番22号(本社)  
TEL.03-5534-3713 FAX.03-6738-8917



**リフォームデポは  
地域密着 & 提案型の  
リフォーム専門店です。**



<お問い合わせ先> ジャパン建材(株) 営業推進部 TEL03-5534-0651

## 工務店と家づくりを 住宅ローンと各種保険で応援します。

最長35年  
長期固定金利住宅ローン  
ハウス・デポ  
【フラット35】

### ハウス・デポ【フラット35】 全期間固定金利で安心！

- 業界最低水準の金利で、最高8,000万円までご融資いたします。
- 保証料・保証人は不要です。
- ご返済口座は自由に選択できます。

### ハウス・デポ【土地つなぎローン】 確実につないで安心！

- 土地購入金額を最大100%まで低金利でご融資いたします。
  - 担保・保証料・保証人は不要です。
- ※フラット35の土地部分借入額が最大融資額となります。

### お問合せ・お申込みは・・・



【三井物産・JKホールディングスグループ企業】  
株式会社ハウス・デポ・パートナーズ  
フリーダイヤル:0120-887-800  
Mail:kikaku@housedepot-p.co.jp  
担当:営業部 国本

住宅資材・木材・住宅機器のプロショップ

現金  
両替  
ダイコク

## フランチャイズ 加盟店 募集

現金問屋ダイコクのフランチャイズに加盟された  
皆様には開業から実務に至るまで  
ダイコクのノウハウを細かくご提供致します。



直営店 10 店 加盟店 38 店

ダイコクグループ  
48 店 2014年5月現在

### ダイコクFCの7つのメリット

- 貸し倒れ回避**  
現金販売の為、貸し倒れ  
リスクがありません。
- 配送コスト削減**  
持ち帰り専門店なので  
配送コストが削減され  
ます。
- 正確な利益管理**  
在庫管理等の指導をさ  
せて頂く事により、正確  
な利益管理が可能とな  
ります。
- 売上の安定性**  
個人が顧客管理するの  
ではなく、お店が顧客管理  
するためスタッフ交代による  
売上の増減幅が少ない。
- 新規得意先の開拓**  
ダイレクトメールを利用したセール  
のご案内により地域の工務店様の  
意思で来店されます。そこで新た  
な出会い(取引)が生まれます!
- カード決済は  
格安の手数料率**  
クレジットカード決済の際、格安の  
手数料率で決済可能となります。
- 完成保証付き  
リフォームローン**  
ハウスデポ加盟店であれば工務  
店に完成保証付リフォームロー  
ンを推奨する事が可能となります。



まずは、お問い合わせ下さい!

㈱ダイコク フランチャイズ事業部  
大阪府堺市堺区三宝町4丁243-3

☎072-222-8106

## ハウス・デポ・ジャパン FC 支援

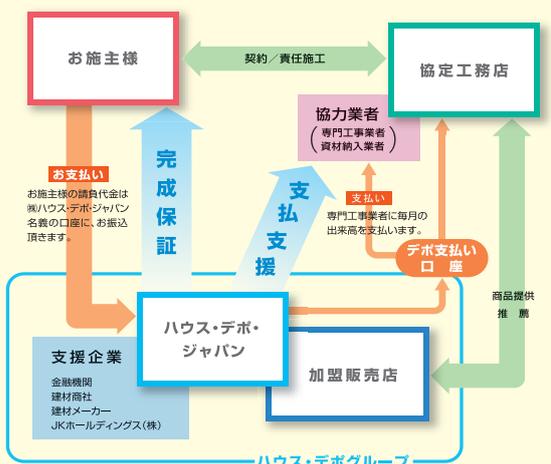
### お客様の夢と大切な資金を守る ハウス・デポ・ジャパンの新完成保証制度

大手の住宅会社は自社のグループ内で完成保証を実施していますが、地元で頑張っている  
技術の優れた工務店は、自社で完成保証をすることは不可能でした。ハウス・デポグ  
ループの協定工務店は、有力な支援企業からのバックアップのもと、お施主様に満足の内  
ただける完成保証を提供することができます。

ハートシステムの完成保証制度は、着工時の専門工業者が、  
必ず最後まで責任をもって施工するさらに安心のシステムです。

### ハートシステム

お施主様の大切なお金が、携わった協力業者に流れる透明なシステムです。



### ハウス・デポ・ジャパンのリフォーム事業支援

ハウス・デポグループの事業の業績に貢献します!

住宅リフォーム 革新的見積・積算システム

## お積さん for JHOP

- ・リフォームのプロのノウハウを集結! 詳細見積りを素早く作成!
- ・対話式で拾い漏れをなくし、使いやすい操作性を実現!



リフォーム積算・見積ソフトの決定版!



お積さんにご興味のある、  
ハウス・デポ協定工務店様は、  
1ヶ月無料でお試し頂けます。

➤ お積さんにご興味のあるお客様は、本社の担当者をご紹介します。

#### 本社担当者

- 田中 美智雄
- 石嶋 潤一

ご紹介・サポート体制  
右記ご参照→

#### お問合せ先

株式会社ハウス・デポ・ジャパン  
TEL:03-5534-3811  
FAX:03-5534-3819  
Mail:hdjhp@housedepot.co.jp

