

顧客信頼、業績向上へ白熱した議論

8社で「全国リフォーム合同会議」

横浜市「さくら住宅」中心に



「リフォーム合同会議」で挨拶するさくら住宅の二宮生憲社長

新築事業が厳しい中、リフォーム事業に転換しようとする企業に発想が広がった。リフォーム事業で顧客に信頼され、業績を伸ばすことは容易なことではない。

大手ハウスメーカー、工務店、リフォーム店ともリフォーム事業で売上げを伸ばすために様々な戦略を展開している。しかし、売上を伸ばすことは簡単ではない。そこ

にはリフォーム市場独特の難しさがある。悪徳リフォーム会社の横行などでリフォーム業者に対する悪いイメージが根付いてしまったのも、その一

因はリフォーム市場独特の難しさがある。悪徳リフォーム会社の横行などでリフォーム業者に対する悪いイメージが根付いてしまったのも、その一

勉強会開催

こうした中、リフォーム事業を専門に展開するリフォーム店が行っている勉強会がある。神奈川県横浜市でリフォーム事業を行っている「さくら住宅」を中心とした「全国リフォーム合同会議」である。今回で6回目を数え、全国から8社42人が参加した。

勉強会開催
こうした中、リフォーム事業を専門に展開するリフォーム店が行っている勉強会がある。神奈川県横浜市でリフォーム事業を行っている「さくら住宅」を中心とした「全国リフォーム合同会議」である。今回で6回目を数え、全国から8社42人が参加した。

会議の開催にあたり、さくら住宅の二宮生憲社長は「集まっている会社にはそれぞれのやり方がある。テクニックを学ぶのではなく、口先だけで話すのではなく、自分の社員としての意識をしっかりと見極めてほしい」と話した。

越えていくのか。

今年、「全国リフォーム合同会議」も白熱した議論が展開された。第6回「全国リフォーム合同会議」は2月4日、5日、横浜で開催され、8社42人が参加した。

今年で6回目

会議の意義はこの言葉に集約されているといえる。参加会社はリフォーム事業で、お客さんから信頼され業績を伸ばすことを真剣に考えている。手本になる他社の手法や意識をいかに採り入れるか。あるいは自社に対して発せられた厳しい質問内容をどのように乗り

質問に制限なし

経営者会議、社員会議ともに質問や意見の出し方には全く制限を設けていない。怒鳴り合うことを見受けられなかったが、実に厳しい質問が相次いでいた。

社員会議では

経営者会議では、各社の経営状況などがオープンにされ、赤裸々に話し合われていた。経営者が自社の決算状況、営業状況などを持ち寄り、第三者視点で意見を交換する。1社だけでは見えない部分、誤魔化してしまいがちな部分があれば冷静に見直す場としての側面も持つ。

経営者会議では

経営者会議では、各社の経営状況などがオープンにされ、赤裸々に話し合われていた。経営者が自社の決算状況、営業状況などを持ち寄り、第三者視点で意見を交換する。1社だけでは見えない部分、誤魔化してしまいがちな部分があれば冷静に見直す場としての側面も持つ。

(3面関連)

リフォーム店8社

経営者同士が様々な事例を共有

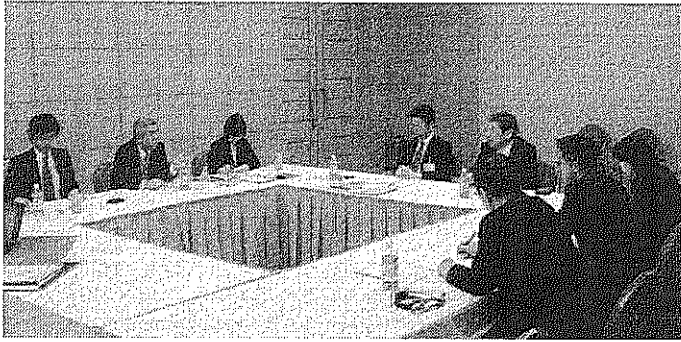
全国リフォーム合同会議 他にない勉強の場に

「さくら住宅を中心とした全国リフォーム合同会議」は、安心・安全なリフォームを行う真面目で優良なリフォーム会社を全国に増やしていくという主旨のもと、TOTOのリモデルクラブ店などを中心に有志が集まった。

第6回となる今回は1都7県の8社から計42人の参加者が集まった。経営者会議には7社(内1社は2日目のみ参加)が参加。参加会社は次の通り。

愛和商事

(秋田県由利本荘市) △アクアンシステム(山形県鶴岡市) △大堀商会(新潟県新潟市) 2日目のみ参加(のみ参加) △カメイ



本音での話し合いが行われる経営者会議の様子

「宮城県仙台市、今回は社員のみ参加」△グッディホーム(東京都武蔵野市) △さくら住宅(神奈川県横浜) △フクマツ(宮城県宮崎市) △やまぎしリフォーム住まい工房(福島県福島市) 1日目は、さくら住宅を始め様々な企業で取り入れている雑誌「致知」を使った社内勉強会「木鶏会」の紹介と説明の後、経営者と社員に分かれてそれぞれ会議を行った。今号は経営者会議を中心に取り上げる。

会議を契機に変化

「全国リフォーム会議」で注目されるのは、参加したリフォーム店が変革へ踏み出すことである。今回の会議で変化が著しいと注目された1つの例として「やまぎしリフォーム住まい工房やまぎし」の報告が挙げられる。同社は2年ほど前に危機的状況を迎えた。しかし、参加し続けていた合同会議での話し合いなどをヒントに経営を刷新。先代から続けてきた市の水道公認工事店の認定を取り消し、水道修理の事業から手を引いた。代わりに粗利の取りやすい外壁リフォーム、断熱リフォームを強化し、修理業者からリフォーム業者として地域に認知してもらう戦略をとった。

経営者会議

経営者会議では、まず直近の半年間の各社の決算を中心にした状況報告が行われた。さくら住宅の福田千恵子常務は「経営者同士が話すことで、反省も含め自社だけでは見つけられないテーマを見つける場」と話す。

各社の課題

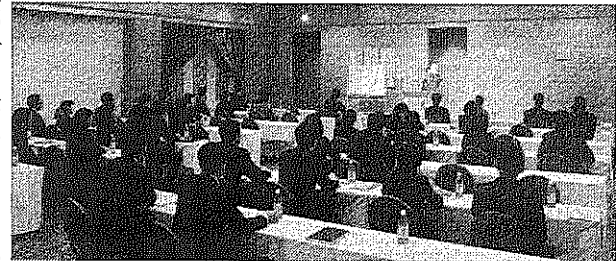
受注の問題のほか、正当な粗利を確保するための経営方法や集客イベントのマンネリ化などの悩みなども大きな課題として話し合われた。逆に、イベントの成功事例、若手社員を中心とした成長報告、社員とのコミュニケーションの取り方などは、細かな手法からチラシなどのツールまですべてをオープンに報告し、共有を図っていた。

他社の成功事例

成功事例は全て共有し、各社の取り組みに活かすことが出来るのも、この会議の大きな特徴だ。会議の内容は、決して「必ずこれが正し」と

ルとして社員に手帳を発行。朝礼で繰り返し読み、営業ツールとしても活用出来る工夫を施した。さらに1顧客1担当制の確立にも着手しているという。これらの取り組みで社内の雰囲気も変化し、厳しい状況ではあるが収益基盤が固まってきた。また、この報告から、修理受注からのリフォーム顧客獲得の難しさも浮き彫りとなった。各社ともに、細かな修理や修繕の受注を受けている。しかし、信頼や繋がりを構築できるメリットと同時に、粗利の低い修理のみに終始する人や時間はデメリットにもなる。小さな修理ばかりを積み重ねているとリフォーム店としては成り立たない。

各経営者からは「すべてに駆けつけてお客様に喜んで貰えることが、社員モチベーション向上に繋がる」「無償修理をボランティアのように行っているのは、ただの便利屋になっただけで意味がない」「細かな依頼でも行く姿勢は大切だが、その手法は考えねばならない」など様々な意見がぶつかった。



全体に向けた社内勉強会の説明

(社員会議詳細は次号) なお、全国リフォーム合同会議に関する問い合わせは、さくら住宅まで(045-895-4321)