受注勢い衰えず

値引きは一切行わず！

近代ホームグループ　展示場も〝予約〟で受付

近代ホームグループ（本社＝横浜市港南区）が今年に入っても、受注実績を伸ばしている。グループ全体の受注は月に15件だったが、1月には20件に増加するなど、住宅市場が厳しいといわれる中にあって、今年に入っても業績が伸びている。値引きは一切行っていない。同グループの住宅は全て国が進める「長期優良住宅」をはるかに上回る品質水準に既に達している。昨年前半にいち早く危機意識を持つことで社内改革を行ったことが、その後の成果となった。同グループは3社で構成されている。住宅の価格では、松・竹・梅に分類されるが、1棟当たりの平均価格（外構含む）は、順に4000万円、3000万円～3500万円、2800万円といずれも安い訳ではない。同グループの松本祐会長は「厳しい今年を逆に100年に一度のチャンスとしてとらえている。今年はさらにブレイクする年になりそうだ」という。

近代ホームグループ会長兼CEO
松本　祐氏

好調を維持している同社も昨年の前半には危機感を持ったという。最も顕著に表れたのは、総合展示場だった。

総合展示場へ出展した当初の来場者数は展示場の中でトップだった。しかし、全体の来場者の激減によって、同グループの集客も他社同様に減少した。わずかになった顧客を死に物狂いで競合他社と争って営業することになる。

訪問営業を行っていない同グループにとって、「一時は総合展示場に出展をしたことが間違っていたと判断をした」という。

「従来の展示場の営業手法は〝かび〟がはえており、これをなんとかしなければならない」

そこで、総合展示場においても「予約制」によって展開することにした。予約をした顧客のみを対象にするもので、合計4回の打ち合わせを行うことを条件として予約を受け付ける。

1回の打ち合わせで最低3時間を取れることが条件だ。間隔は1週間で、2回目に現場を見て、3回目に敷地調査申込み（費用は10万円）を受けて、宿泊体験をする。4回目に、他の入居宅を訪問したいなどという顧客からの要望を実施。5回目で契約だ。100人の顧客を集客して1割の受注に結びつけるという考えではなく、10人の来場者のうち8人を受注に結びつけるという考えだ。

予約する顧客はネットや実際に建てた人からの口コミ、さらにはマスコミが取り上げた記事を読んで来場する。

まず、来場した顧客には同社の家づくりに関する約10分程度のビデオを見てもらい、その後アンケートに回答してもらう。その結果、同グループの家を希望する顧客でないと判断すると、他社の家の方が適しているということをハッキリ伝える。

顧客と接している営業、営業設計、インテリアプランナーの計20人（グループ全体）については、毎週月曜日にレポートの提出を義務付けている。顧客との打ち合わせでの成功・失敗体験を分析して提出する。

全てのレポートについて、松本会長が火曜日の午前中までに、それぞれ気付いた点を記入して、全社員にウェブで配布する。この成功例・失敗例を考察したレポートを全社員が参考にすることで、確実にレベルアップしているという。

「成功した人は深く顧客の話を聞いており、失敗した人は聞いていない」ことなどがレポートから読み取れるという。

なお、営業を初めとする20人は固定給制である。

グループ全体の社員は110人、そのうち大工が35人、レンガ工が22人。また、定時退社制を徹底している。土・日曜日は7時に、平日は5時に終業で、顧客との打ち合わせ中でも定時終了を徹底させている。

全社員が自社の住宅が大手住宅メーカーと比べても負けないと自負を持っている。また、販売についても独自の手法を行っている。こうした他社に追随しない一内に秘めた誇り」が不況時においても好調な実績に結びついているに違いない。

三井ホーム　リモデリング

リフォームで新ビジネスモデル構築

〝超長期住宅事業〟基盤に

30年間点検でリピート獲得にも

三井ホームリモデリングはリフォーム事業で着実に実績を伸ばしているが、今後そのリフォーム事業について聞いた。

モデル事業については、的確な提案を行う長期住宅について熟知した人でなければ難しいという。

長期住宅とは、①構造躯体の耐久性・耐震性等を長期利用に耐えられるように向上させる。②工事終了後30年間耐震性の向上では、基礎を補強し、木造軸組工法においては筋交いと金物等を補強することで、によって減少しているが、モデル事業による耐久性・耐震性向上に関連するリフォームには多くはいままでリフォーム業界では行われていなかった。スムーズに点検を行うためには履歴情報の作成・管理などの仕組みが不可欠だ。さらに人員の育成が必要でコストも掛かる。

モデル事業では、三井ホームが行っている新築住宅の点検業務の仕組み

省エネ機構

サステナブル住宅賞発表

建築環境・省エネルギー機構は2月23日、「第3回サステナブル住宅賞」を発表した。

審査の結果、国土交通大臣賞、住宅金融支援機構理事長賞、建築環境・省エネルギー機構理事長賞及び優秀賞など新築部門、改修部門、計11点の入賞作品を決定した。

なお、新築部門での国土交通大臣賞は、Q＝0・64臥龍山の家（サステナブル住宅）（秋田県能代市）が受賞。

改修部門での国土交通大臣賞は、川越の家TERRA（埼玉県川越市）が受賞。

住宅金融支援機構
―フラット35調査―
「認知は事業者」多い

住宅金融支援機構が行った「平成20年度（08年度）フラット35利用者の意識・顧客満足度調査」によると、フラット35の認知媒体は「住宅事業者・販売事業者」が圧倒的に多い。

フラット35の認知媒体（複数回答）は、「住宅事業者・販売事業者」が54・9％と圧倒的に多い。次いで、「住宅情報誌」が24・1％、「フラット35取扱金融機関」が22・3％、「インターネット」が21・4％、「テレビ」が18・3％となっている。

不満点では

不満点（複数回答）で最も多いのは「申込時金利でない」が50・1％、次いで「団信の保険料を金利に含めてほしい」が30・1％、「繰上返済の下限が100万円と高い」が27・0％、「金利が高い」が22・9％と続いている。

フラット35に対する不満点で10％（複数回答）以上のもの

不満点	％
申込時金利でない	50.1
団信の保険料を金利に含めてほしい	30.1
繰上返済時の下限が100万円と高い	27.0
金利が高い	22.9
融資手続・審査に時間がかかる	20.5
火災保険の負担が重い	16.0
つなぎ融資が必要	15.2
手数料が高い	14.3
繰上返済の手続を容易にしてほしい	14.2
融資実行日が特定の日に限られている	13.3
住宅取得費の全額が融資されない	11.1

（※10％以下は省略）

差別化で入居率アップ

国土交通大臣賞に高い家賃設定

〈ユーザー向け〉優良住宅特集

イベント

景気が悪いから住宅が売れない。どの住宅会社も販売拡張のためにキャンペーンなどのイベントをやって成果をあげている。例えば、キャンペーン中であれば住宅の価格をユーザーが求めやすく大幅に引き下げることで住宅販売がそこそこに売れたという。経済不況であるだけに新商品の開発はもちろんのこと、求めやすい住宅が必要だという。

総合展示場の来場客が少なくなっている中で、見学者の人影が見えるモデルハウスがあると思っていたら、お客さんがすぐに出てくるモデルハウスもある。来場者のあまりないところではぴりぴりしていて、せっかく入っても直ぐに出たくなるようです。モデルハウスを豪華にしても雰囲気が良くなるわけではなく、この差は不思議です！

豪華でも！

赤外線

見えないとも見えるこ

地元の工務店である主婦が、引越後に食洗機の故障し、機器メーカー依頼したところ全部取り替に。修理に来た担当者が機と流しの裏側の配管が綺麗れて驚いていた。担当者見えないところは雑にする多いんですよる人が見る、歴然なんです

ある住宅

知らせねば！

「設備機器は歩しているが

そうした最新の状況を知にリフォームが伸びない際に設備が壊れて、やっームを訪れた消費者の中にと早く見に来れば良かった声も多い。必要にとなかなか目が向はいえ、知ってもらう方法はないもの

プレハブ娘手帳

住宅金融支援機構

住宅金融支援機構は、フラット35の利用者調査の結果を発表した。

フラット35の利用者調査は、2008年度に融資を実行した利用者を対象に、インターネットを通じて調査を行ったもの。

調査結果によると、フラット35の認知媒体は、「住宅事業者・販売事業者」が54・9％と圧倒的に多く、次いで「住宅情報誌」が24・1％、「フラット35取扱金融機関」が22・3％、「インターネット」が21・4％、「テレビ」が18・3％となっている。

不満点（複数回答）では、「申込時金利でない」が50・1％、「団信の保険料を金利に含めてほしい」が30・1％、「繰上返済の下限が100万円と高い」が27・0％、「金利が高い」が22・9％と続いている。

住宅金融支援機構

「フラット35」利用者調査

「認知は事業者」多い

住宅金融支援機構が行った「平成20年度（08年度）フラット35利用者の意識・顧客満足度調査」によると、フラット35の認知媒体は「住宅事業者・販売事業者」が圧倒的に多い。

フラット35の認知媒体（複数回答）は、「住宅事業者・販売事業者」が54・9％と圧倒的に多い。次いで、「住宅情報誌」が24・1％、「フラット35取扱金融機関」が22・3％、「インターネット」が21・4％、「テレビ」が18・3％となっている。

不満点では

不満点（複数回答）で最も多いのは「申込時金利でない」が50・1％、次いで「団信の保険料を金利に含めてほしい」が30・1％、「繰上返済の下限が100万円と高い」が27・0％、「金利が高い」が22・9％と続いている。

フラット35に対する不満点で10％（複数回答）以上のもの

不満点	％
申込時金利でない	50.1
団信の保険料を金利に含めてほしい	30.1
繰上返済時の下限が100万円と高い	27.0
金利が高い	22.9
融資手続・審査に時間がかかる	20.5
火災保険の負担が重い	16.0
つなぎ融資が必要	15.2
手数料が高い	14.3
繰上返済の手続を容易にしてほしい	14.2
融資実行日が特定の日に限られている	13.3
住宅取得費の全額が融資されない	11.1

（※10％以下は省略）

日本プレハブ新聞
日本プレハブ新聞社
発行人　滝沢久雄
編集人　新谷和宏
東京都港区西新橋1－10－8
西新ビル
電話　03(3580)6650㈹
FAX　03(3580)6651
住宅関連資料のお問い合わせ、購読申し込みの方はこちらへ
ホームページアドレス
http://www.b-info.jp/prehab/
Eメールアドレス
prehab@atlas.plala.or.jp

納得の白蟻防除対策
兒玉商會
東京☎03(3586)9171
大阪☎06(6262)0248
福岡☎092(521)3131