の間に隙間を 宅配ボックス

装着されたポールに、宅 ーフォン・表札・ポストが

周囲の雰囲気 設けることで

ることができるもので、 配ボックスを組み合わせ ン。ポールと

ス」を発売した。インタ

代表取締役 三浦康司



お金の専門家が語る プ

「三大資金」を考えたプラン立てが重要

てのあとの生活に不安がある場合 5000万円の貯蓄があるが、1 )貯蓄はあるが|括で支払うことで

ターンがあります。

うことをちゅうちょする2つのパ

ランを取り入れています。 としている会社の多くはライフプ シニア世代の方々が大金を支払 実際に大規模リフォームを得意

非常に必要となります。

この先どのようなお金がかかる

計算をする。その差額のシミュレー 残るお金を計算し、出て行く金額の のではないかと考えるのです。 か分からない、この先足りなくなる 残った貯蓄と年金などの手元に の問題をクリアにしてあげること

出ていくお金の不安解消を で踏み出す後押しになります。

ションをして、ベストなプランを立

結局、ほとんどの方が人生設計

▶既存住宅に後付けが簡単に

ゲットは何歳くらいの方です リフォーム会社の方々に「ター 3歳代にもライフプラン

終わり、ライフプランの必要性がな いと思われがちなのですが、実はこ いう答えをいただきます。 の年代においてもライフプランは

人生でかかるお金の予測が必要 対策の先回りで安心と信頼を

踏み切れないのです。 不安を払拭できずにリフォームに 金が足りなくなるのではといった この人たちは1000万円という 大金を払うことで、残りの人生お は思われることでしょう。しかし、 生活に問題はないのに…、と皆さん 4000万円残るのでこの先の ②ローンでリフォームをしたいが、支

金や貯蓄で支払っていくことが大丈 の方々の不安も年金生活となり、年 分からないという相談をよく受けま 分からない、支払っていけるのかが 払っていけるかが不安 夫なのかといった点であるため、そ す。組める・組めないは別として、こ 年齢的にローンを組んでいいのか こるかの予測、そこにどのくらいの

ことができるのです ができれば、安心と信頼を勝ち ストプランを立てて提案すること とが大切なのです。 お金がかかるのかを知っておくこ お金も大切ではありますが、お客様 した広告をよく見ます。もらえる そしてその対策を先回りしてべ 最近では助成金情報を前面に出

には出て行くお金に対する不安の

50代後半以降(シニア世代)」と この年代になると、子供の教育も

う工夫されて一

一あり、現在も伸びている。

▶「ユアシス」はシェルフの収納を提案 ることが不安といったパターン。 **ることで貯蓄が4000万円にな** できるのです

> め、大きな買い物をするとなった場 (ライフプラン)を立てていないた

合は、不安でちゅうちょすることに

なるのです。

この後の人生でどんなことが起

アイテムは、バ スルームの収一で、用途や使用頻度に応 てきな住空間を手に入れることが も安心してお金を払い、老後のす 一番の注目

新・ユアシス タイルに切り替えが可能 き)スタイルと、水切りス ことで、フラット(平置 棚板の角度を変更する

を開始した。 ーアルし、受注

試み。 ストの木目扉は、コン (素朴な、田舎風な)テイ クトキッチン市場で初の ル」に合うラスティック 「カフェ風スタイ 三協立山 施

周

囲に溶け込むデザインに

ニ ュ ー

ż ·

新 商

品

宅配ボックス「フレム )は10月、戸建て住宅向 三協立山(富山県高岡 を発売する。 万一、子供が閉じ込めら

扉の内側についたレバー れてしまった場合にも、 覚的に抑えるように工夫 かできないようにして、 に触れると解錠される仕 いたずらを防止する。 捺印は施錠後1回のみし 組みになっている。また、 次にボリューム感を視

が1200㎜で、アルミ

同商品はポールの高さ

と木調から選べる。ボッ クスは3サイズ展開

目は安全面への配慮。

商品の特徴は3点。1

されたデザイ 月に機能ポール 面への設置が可能。 地面に埋め込まなくて トで固定もできるため、 設置でき、施工も半日で も、コンクリートの土間 完了する。アンカーボル 電源が不要なため簡単に 同社は、2012年5 「ラレム

クリナップ(東京都荒

と、コンパクトキッチン

asis(ユアシス)

「colty(コルテ

ィ)」をリニュ

フ(棚)、ブタイルシェル

トをラインアップした。

7

「ユアシス」に収納

棚

いる そして設置の手軽さ ステムバスルーム「yu 川区)は、普及クラスのシ

き340 クリナップ

○皿で、幅360皿、奥行 で設置する今回の新商品 宅配ボックスだけを追加 能ポールは不要。そこで、 リフォーム需要に向け、 宅では既設設備があり機 を開発したもの サイズは、高さは50 キッチン、バ 皿のミドルタイ

500円、スリムタイプ 上は2億円を目指す 14万600円。初年度売

しかし既存の戸建て住 | 70 || のハーフタイプ ドルタイプ13万2600 つ。ポールとセットで、ミ 円、ハーフタイプ11万8 0 …のスリムタイプの3 幅130 皿、奥行き36 プ、幅340皿 奥行き1

▼木目扉が初登場したコンパク

ス刷

納提案を実現したシェル とができる。 じてバスルームにあふれ 着いたカラーからトレン る物の指定席をつくるこ する4つのカラーティス た住まいの選択肢に対応 ドカラーまで、多様化し 飽きのこない定番の落ち ドを意識し扉色を刷新 新・コルティは、

業 界 の 今 が 住宅リフォーム市場 タブック2017 (株)リフォーム産業新聞社 発行 A4版/192頁

▼ご購入はコチラ▼ **Reform Books** 



## 連載 Tod 酒井の シアトル熱血経営塾

Vol 3 Sockeye Homes (ワシントン州) 酒井利英社長



前回、私が独立してSockeye Homesを立ち上げて、儲け を出すために考えて実行した5つの戦略を紹介しました。さ らにハンディマン(修繕や機器の入れ替え)ではなく、デザ インビルドという付加価値の高い、提案の必要なビジネス モデルを選択したことをお話ししました。

今回は5つの戦略のうちの「受賞を基盤に『公認のデザイ ンビルド』ブランドの確立」についてお話ししたいと思いま す。アメリカでは全米規模の権威あるデザインコンテスト が多数あります。業界団体や協会などが主催するもので、地 域や州での予選を勝ち上がって受賞すると、非常に権威を 持つことができます。

私たちは最初の5年で10のコンテスト入賞を目標に、常 に応募できる作品を作ることを意識して付加価値の高いリ フォームを提案してきました。その結果、最初の5年で40近

## 日本企業が学べる米国の経営ノウハウ

競争の厳しいアメリカのリフォーム市場において、全米規模のデザインコンテストの受賞歴が約100、年間10億円を売り上げ るSockeye Homes(ワシントン州)。同社を経営する酒井利英社長は米国のリフォーム市場では非常に珍しい日本出身の経営 者だ。日米の住宅市場に精通した酒井氏の戦略やノウハウについての講座をお届けする。

## 'シントン州No.1の受賞数でブランド力構築

くの受賞実績を作ること ができました。アメリカ の消費者もリフォーム会 社選びには不安を覚えて います。リフォームは形 のないものを売る仕事で すから、これは日米共通



しての不安だと思います。▲10年で100近くの受賞実績をつくった

アメリカでは、公的なコンテストでの受賞歴はそれだけ で大きな信頼につながります。アメリカ中のリフォーム会 社がしのぎを削った結果の受賞ですし、協会や団体の公平 なジャッジに対する信頼感は日本よりもアメリカのほうが 上かもしれません。10年で100近くの受賞を受け、シアトル のあるワシントン州では受賞数ナンバー1になりました。

コンテンストの授賞式には、なるべく担当チームの人間 を連れて行きます。授賞式はどこもショーアップされ、スタ ッフたちが自身の仕事の結果に誇りを持つきっかけとなる からです。これは、また次回以降に話しますが、スタッフ間 の良い意味での競争から成長につながる1つの要因となっ ています。

コンテスト受賞により、消費者からの信頼を得られるよ うになった我が社は年間70~80件の工事件数で4億円のリ フォーム売上を得るようになっています。ただ、営業は新築 も含めて、私が1人で行っています。10億円を超える営業を 私1人でやっていると言うと、大抵の人に非常に驚かれま す。これには営業の重要性と、営業マンを増やすことで売上 を上げることの落とし穴があるからです。次回はなぜ営業 を私のみが行うかについて説明したいと思います。