

木造住宅は健康で快適で長生き

湿度調整機能

つゆどき木造住宅の柱一本で、牛乳一本分の水分を吸い、室内のじめじめした空気を快適にする機能を持っている。冬になるとこの 反対に同じ量の水分を吐き出し、乾燥しすぎの室内空気を快適にする機能がある。木材だけが持っている湿度調整機能だ。

木材は目に優しい

木材の内装材は人間の目に優しい反射機能を持っている。無機質な、化学製品は光があたると、もろに反射したり、あるいは乱反射を起こして、人間の目を疲れさせる。ストレスの原因になる。木材は建築材料のなかで有数の、有機質素材である。光を受けると木材は反射するが、反射の度合いが有機質であるがために違う、目に優しい反射をする機能を持っている。木材が成長する過程で水分を吸い上げる細胞のある導管、冬目と夏目に分かれる年輪などの光吸収機能により有機的な反射によって人間の目に優しい反射機能を持っている。人間は木から反射する柔らかい光線により目に優しい反射を受けてストレスが解消するのである。

足を冷やさない

更に床板では木と化学製品では、人間の体にはっきりと良いことを刻みこんでいる。化学製品、鉄、コンクリートなどとは、計算単位が違うほど木が優れている。有名なマウスに実験で木の箱に入れたネズミと鉄の箱に入れたネズミとは、明らかに、対ストレスでははっきりとした違いを示すデータが出ている。木の箱のネズミは鉄の箱のネズミより長生きする。木の床は断熱性能にも優れ、人間の足を冷やさないこれも木造住宅の素晴らしいところである。従って、人間も木の箱即ち、木造住宅に住めば、快適な生活が出来て、しかも長生きすることになるのである。このように優れた機能を持つ木材を天職とする我々木材業者は、世の中のためになる仕事をしているわけであり、今こそ、更に強く求められ、かつ暮らしを、快適にしなければならない、重大な使命を担っていると心得る。我々木材業者は、しっかり勉強して使命を果たさねばならない。需要は無限にある。

125号 リフォーム-22

リフォームセット販売の提案

いままでの、リフォーム戦略の主なものについて、ここでおさらいしてみよう。

1. 一点集中主義による地域限定 2. 自転車で30分以内 3. 一万世帯対象 4. イベント月一回開催 5. うまず、たゆまず、根気よく、あきらめずとした。

今回は、地域内のマンション対象にしたセット販売を提案する。マンションは間取りが複数タイプに分かれている。平均5タイプに限定される。この各タイプをリフォームするとして、1. 現状のまま床、壁、天井、照明などを新品に取り換える 2. 1+住器キッチンなどの変更 3. 1+2+間取り変更和室から洋風に変更 4. 1+2+3+構造躯体に関係ない間仕切り壁の撤去 5. 住宅以外の用途に変更、大きくはこの5分類に分けられる。ここまでをベーシックな提案とし、さらにここから、各部材の種類、により細分化していく。

ここまでできれば、あとは、部材をあてはめること、各タイプごとのプレゼンテーションボードをつくって完成する。リフォームとは、あくまでも受注販売であり、お客様の要望が全てである。となれば、こちらには決定権はなくあくまでお客様主体のビジネスである。しかし、お客様も、ご自分で情報収集し、研究されているとはいえ、専門家ではない従って、どこかお困りなところが、必ずあるはず、誰かに聞いたかったりするが何となくおっくうだというお客様が多いはず、そこで、こちらから、お住まいのスペース、間取りから、お好みに応じて一品料理をご提案申しあげご要望にお応えする戦略はいかがでございましょうか、ご提案申しあげます。

126号
りホームー23
現場見学会ー1
スケルトン

リフォーム戦略で重要なものは、現在手掛けているリフォーム現場の見学会だ。一現場工事の進捗状況に従って三段階において実行するのが理想だ。見学者は近未来の大事なお客様、種まき段階では最も重要な位置づけだ。

写真やカタログなどの販売ツール、説明員の販売トークも必要だが、リフォーム現場は、そのものズバリの迫力のある実践現場、お客様にとっては、ご自分のしたいリフォームが目の前で見られる実験現場、それも三段階に分けて見られるのはこんな幸運なことではない。

解体から完成までの一連の流れは、後日ビデオで補足説明すればよりお客様のご理解が深まるというもの、この工事の流れを追うビデオも最後の成約ツールだ。詳細に撮影しいつでもお見せすることができるよう実績データーを蓄積すべきだ。

第一段階の見学会は、解体がすみ、きれいになった段階でお見せすることが重要である。所謂スケルトンの状態である。リフォームはなによりいまよりも快適で便利な生活を求めて改装するはず、現場をみるお客様のイメージは、現状即ちビフォアからスタートし、解体イコールスケルトンである。我が家をイメージしながら現場を見ているはずである。スケルトンが重要な段階だ。続く

マンションのリニアース 100章 121ページ

127号
リフォームー24
現場見学会ー2

スケルトンの見学会でお客様が自分お住まいの骨組のイメージが定着してから日を置かず、第二段階の現場視察会を実行する。床工事、壁の工事天井の工事設備機器が持ち込まれ工事が一番重要な段階に差し掛かった時点である。

御客様のご心配はご自分が注文した通りの品物が使われているのか？工事は説明どおりに行われているのか？床下は、壁のなかは、天井裏はどんな風になっているのか？知らないことを知りたい知識欲と興味好奇心などからお知りになりたいものだ。

特に、壁紙や床の材質カタログ見本との比較は大変重要である。よくあるクレームは、壁紙などの色や柄が小さなサンプルで見た時とイメージがまるで違う印象を受けることがあり、「注文したものと違う」と言われるお客様がいらっしゃる、こんなイメージ違いによるクレーム防止には、効果的である。

ここでの説明の重要なことは、壁紙のサンプルを持ち込んで実物と比較し小さなサンプルと、実際の現場では違いがあること、光線の当たり具合、部屋の雰囲気によりイメージが変わる場合のあることを説明現場で現物で比較しお客様の理解をいただくことが重要である。続く

128号 リフォームー25

現場見学会ー3

三段階目の現場見学会は当然のことながら完成時である。解体時から、中間の内装や設備の仕組みのチェックなどへて、我が家の完成だ。より快適そして便利で、しかもエコや、健康にも配慮した夢の実現だ。お施主様の思いが直に伝わる時である。

見学者はこれから理想的な我が家のリフォームを考えているからこそ、参加している。三段階をへて、完成をみた現場はご自分のイメージにある我が家に重ね合わせて検証することになる。こんな方法があったのか、自分もこうしたい、あるいは自分ならここはこうする、などのイメージが大きく膨らみ、夢の我が家が見えることになる楽しい現場見学会だ。

ここで良いことは、お施主様と見学者の交流、見学者同士の交流から人の輪が思わぬ良い結果を生むことになる。お施主様と見学者の関係では、見学者は、他人の家を見せてもらうからには、ご自分のどこの誰と身分を明らかにすることが礼儀であり、身分を明かすことにより、お互いの警戒心が薄れ交流が始まり人の輪が広がることになる。

また近隣関係では、マンションならば、向こう三軒両隣に加えて上下階との口コミによる人の輪交流に発展することになる。リフォーム業者にとって季節の特需であるのエアコンや換気扇の清掃、小修繕工事、一寸困ったことにお役たつこともできる。頼むほうは近隣で顔みしり、まして親しい間柄なら警戒心がなくなり、ハウスクリーニングなど小工事から、補修前の住まいの健康診断に発展し、最後には成約につながることになる。

音響マニアとコラボレーション

ホームシアターとか、オーディオルームなど最近の流行りとして、お金に糸目をつけないマニアが、大勢いらっしゃる、この人たちは、ご自分の趣味を満足させるためには、オーバーに言えば、何事も辞さず実行される。常磐新線の開通で新しく生まれ変わった「アキバ」に行ってみるとそれと思しきマニアのかたが大勢いらっしゃる事がわかる。オーディオショップでは、試聴室が設けられマニアのかたが、ご自分の選んだレコードを持って列をつくっている。結構な時間待つわけだが、意に介さず待っている。このようなマニアもご自分のお家はどうなっているかであるが、結構聴くのにご苦労されている。家のなかの家族に対する配慮、更に外に音がもれて、近隣迷惑などがあるが、最も重要なことは、質の高い音をいかに再現するかである。このことについては、オーディオメーカーが、鎬を削って競争している、一番の大元は音響機器であることは言うまでもないことだ。しかし音響機器に比べて、設備がいがいと進んでいない。折角よいものを持ちながら、機能を100%発揮できず、宝の持ち腐れになっていることが多い。リフォームリニアルすれば、素晴らしい音響が楽しめるはずだ。このような需要をとらえていかねばならない。そのためには、機器メーカーや音響マニアとのコラボレーションで新しい音響設備を開発せねばならない。ご意見いただきたくお願い申し上げます。

住宅はメンテ次第で長持ちする

少子高齢化に伴い新設住宅着工戸数は減少と予想されるなかで、200年住宅が話題となっており、はたして超長期住宅がうけいられるご時世か？様々な議論がなされている。日本における住宅について考えてみたい。超長期木造建築物の仕組みをみると、伊勢神宮は20年ごとの遷宮、岩国の金帯橋は50年ごとのメンテナンスを行っており、定期的に完全なメンテナンスが必須条件である。言いかえればメンテなくして超寿命なしである。となれば、メンテとはリフォームであり、リフォーム需要はますます広がることになることを前提として考えてみる。日本の木造住宅の仕組みは全国に通用する高度な分業体制で成り立っている。もっとも、詳しくは江戸間、京間、中京間とあるが、打ち合わせの時に、一枚の方眼紙に、それぞれの職種のグラッドが乗り全体として家が見える。六畳とittedだけで、全業種共通の情報の共有化がなされ仕事がスムーズに進む、問題があれば、宿題として持ち帰り次回にすすむこの繰り返しで家が建つ仕組みだ。昔は、10職種であったが、今は30職種に増えている。全国津々浦々に分散しており、即メンテが可能な体勢だ。畳4年、浴槽、熱機器8年、流し16年、配管、配線、部材32年構造64年とメンテの年限がほぼ決まっている。メンテさえきちんとすれば長持ちすることになる。人間も、自らの体の手入れを怠らず、健康に励めば、丈夫で長持ち長寿を全うすることができる。当たり前のことながら、何事も長持ちの秘訣はメンテナンス次第を学んだ。

続く

メンテは腕の見せどころ

日本の木造住宅はメンテさえきちんとすれば長持ちすることになる。メンテとは、リフォームすることだ。しかし、ここで問題なのは、マンションである。昭和40年代から供給が本格化したマンションの総数は、約400万戸1000万人が居住している。築30年超では平成12年12万戸であったが、平成22年には約100万戸になると推定され、この改修が大変である。周知のごとく、マンションの配管、配線などが壁内部に設置され取り換えができず、外付けにするなど問題化している。配管交換メンテはどうするのか、先進諸外国では、どうしているのか、ここが一番の問題だ。

これからは、住宅の寿命は延びてくるのは、家主の高齢化により今更建て替えしなくても、リフォームして快適であれば満足だ。長く持った住宅をどれだけ、快適に生活できるようにできるかに焦点がしぼられてくる。そこで、リフォーム業者の腕の見せ所、舞台が出来る。激しい生存競争による優勝劣敗は、経済の法則だ、土岐にこれからの、リフォームは、腕の見せどころだ 続く

同じ財布の争い

家主の高齢化により、長く持った住宅をリフォームしてどれだけ、快適に生活できるようにするかが、舞台となり、家主とリフォーム業者の腕の見せ所である。ここで、最大のポイントは、他業種との競争である。新築ならば、ローンを組み別予算計上で家を建てる。この場合の競争相手は、ビルダー間の競争であり、知りつくした相手との競争であるから手のうちはわかっており、競争しやすいはずである。ところが、リフォームとなれば、生活の本予算からの出費となり、ここが最大の勝負所だ。お施主様は、リフォームしようか、自動車買おうか、海外旅行しようか選択肢は沢山あり、おおいに迷うところである。リフォーム業者側からいえば、新築は手の内知った同業の競争だが、リフォームでは全く不知の異業種との競争になり、ここが知恵の見せ所である。多いに他流試合で腕を磨くチャンスだ。リフォーム業は飛躍のチャンスだ。続く

人口減少社会

リフォームでの競争は、手の内知った同業同士から、全くの異業種との競争、他流試合で腕を磨くチャンス到来ととらえねばならない。お施主さまは、新築とは全く別の財布からの予算だ。こちらからは、従来のような労働集約型の住環境から、脱却を可能にする住宅を提案しなければならない、それは一言で言うならば住環境の再生技術だ。多くのサービス産業が、住環境の改善にチームを組んで、横断的な解決手法を適用できる業態の実現を目指さなければならない。他業種とのコラボレーションにより、インテリアデザインからタウンマネジメントまで、防犯、防火までの安心して住むことができる街全体の改善を目指さねばならない。人口は1930年の完全ピラミッド型から1950年には末口ピラミッド、1970年には形が崩れ、2010年には真ん中よりしたが膨らむ縄文土器型となり、2035年には、縄文土器型から若年層とくに30歳以下が減ってくる人口減少社会が到来する。少子高齢化による人口減少社会のなかで、他業種との争いが激化する
続く

流れが変わる

少子高齢化、人口減少社会の到来でおおきく変わるのは、供給側のリフォームを含めた工務店だ。専門の工事業者が消える。かつての木造住宅黄金時代を支えた職種は後継者難で一代限りとなり、専門職の再編が起きてくる。材料供給業者から工務店各職種への流れが大きく変わる、材料と工事の流れも変わり工事業者がなくなり再編成が加速する。材料屋は何でも扱うコンビニに特化し、激しい競争の末寡占化さらに、行きつく先は家電大型販売店のような業態に特化する。木材の山田電気のような業体で寡占化がすすむだろう。工事のほうは、どうかといえば、コムスンのような口入屋に登録した業者が派遣されるようになるのではないか“流通業者の再編もますます進み、IT化によって、ユーザーと流通業者は、アマゾンのようなこちら寡占化したネット業者の仲介により、消費者が選択することになる。寡占化専門化IT化の流れの選択の仕組み作りがこれからの仕事だ。

特徴ある空間設計

現状の木造住宅は、在来木造は構造の骨組に木材を使用している。木造2X4工法でも細い軸に木材を使い、壁に合板パネルを張り巡らせている。どちらも基本的には壁だらけ、壁で持たせている家だ。内部のインテリアは、建材メーカーのカタログを拾って作られている。在来木造も2X4も、木材は柱と梁+間柱と筋かい+断熱材・合板である。両者とも特徴のない壁だらけの家で味気ない。現在のような画一的で、特徴のない木造住宅では、解決できないものを解決するのは、一例として、間口を広く取ったラーメン構造の住宅は、アメリカの集合住宅のような木造の4階、5階建ての木造住宅だ。法の規制ですぐには実現できぬが、一つの方向性としてすることができる。

以上130号から135号まで記述内容は、新木場木祭時講演のご紹介である。少子高齢化社会を見据え、200年住宅に対する深い洞察、業態の再編、流通構造の変化新しい木造住宅など示唆に富んだ有益なお話を拝聴した。このなかで最後のひとこと何ごとも情報の共有が必要といわれたことが印象に残っている。有益な講演有難うございました。