

モデルハウス建設を よい結果に導く 3つの心得

柴木材店(茨城県)の柴修一郎社長は、2013年4月、社長に就任するにあたり、新事業として建築家・伊礼智氏が設計する規格型の住宅「i-works project」のモデルハウスを建設した(写真1)。完成から約1年。若き社長の取り組みは、予想以上の成果を上げた。そこに地域工務店のモデルハウスのあり方が見えてきた。



2013年3月に完成したモデルハウス(設計:伊礼智設計室)のリビング。フローリングと同じ紀州杉で製作した階段が吹抜け空間によく映える

1 フラッグシップモデルにする

「自分が会社を継ぐことになり、フラッグシップモデルをつくることで、さらにも上を目指すきっかけにしようと考えました。」

フラッグシップモデルとは、ある製品の最上級品や、シリーズの象徴となるような型(モデル)のことである。今から2年前、柴社長は建築家・伊礼智氏の設計によるモデルハウスの建設を決めた。自分たちが行ってきた家づくりをワンランク高めたいと思ったときに、その延長線上に伊礼氏の存在があったのだという。

「ただ売れるからという理由で、建築家にモデルハウスをつくってもらっても、もろ刃の剣になりかねません。自分たちが目指す先にいる建築家でないフラッグシップにはならないと思いました。」

柴木材店は、年間約30棟の注文住宅を手がけている。主な商圏は茨城県つくば市。鉄道会社による開発で人口が増え、学園都市として発展している地域のため、ハウスメーカーや住宅会社がこぞってモデルハウスを建てている激戦区だ。そのようななか、「質にこだわる。意識の高い客層にしぼって事業を展開することが狙いであった。」

2 クオリティ維持に妥協しない

「おかげさまで2棟目も無事に完成しました(写真2)。」

実は柴社長の試みは早くも結果を出していた。モデルハウスの構造見学会で「これと同じものを建ててほしい」との依頼を受けたのである(写真3、4)。

モデルハウスは、伊礼氏の監理のもと施工したが、その後は自社ですべてを行う。「モデルハウスと違う。やっぱり建築家でないダメなのか」と言われてしまった。モデルハウスを建てたことが仇となる。クオリティを維持するために

2013年10月に完成したモデルハウスと同じ住宅。リビングの横に和室を設けている。伊礼氏による監理はなく、自社で施工した

Example



モデルハウスの構造見学会の様子。会場では、主に住宅の性能に関する建材の説明会や断熱材の施工実演などが行われた。構造に使用されている「紀州杉・檜」の製造元である山長商店の榎本副社長自らが製品説明する場面も



山長商店の杉・檜は、JAS製材品で、強度や含水率が明示されている。平角においては、国産ムク材でありながらE90で構造計算ができる点もメリット。伊礼氏は、規格型住宅を開発するうえで、性能が数値化されていて一定の品質が保たれている同材を標準仕様としている

「自分たちのつくり方」をいったん頭のなかから消し去り、伊礼氏のつくり方に徹した。柴木材店は、これまでも建築家と仕事をした経験があったため、繊細な納め方などに職人の技術が伴わないということとはなかったが、それでも慣れない納まりがあれば、大工がモデルハウスに来て確認することもあったという。

3 「これまで」にとらわれない

また、初めて使う材料も少なくなかった。「目に見えないもので、しっかりとデザインする」という伊礼氏の考えにより、構造材や断熱材も、より品質を重視した材料が指定されている。施工面やコスト面を考えて、自分たちが使い慣れた材料で代替できないかという声が社内か

ら出ないこともなかった。特に材木店だけあって、構造材には強さ(耐力)もあって、先代の社長は木材市場に丁稚に出ていることもあり、木のことを知り尽くした目利きである。指定されていた紀州杉・檜を「JAS認定材なんて、木のことを知らない者が使う材料だ」と一蹴した。

もちろん柴社長も、自社の選ぶ材に自信を持っている。しかし、JAS認定材として強度が明示され、それにもとづいて構造計算が行われており、クオリティの「見える化」がなされている。その仕様を覚えて変更する理由もなかった。

そこで実際に紀州材の産地である和歌山まで足を運び、伐採・製材・プレカットまで、その製造工程を自分の目で確かめた。

「よい材料だと確信を持っていたので、後は自分にやらせてくれと親父を説得しました。」

現場が始まると先代の社長は、毎日のように現場の様子を見に来たという。紀州材を見て、「この木はいいにおいがする」と言ったそうだ(写真5)。先代としても、自分の反対を押し、自分で決めてモデルハウスを建てていく新社長の姿が実はうれしかったのではないだろうか。満足そうな先代の顔が思い浮かぶ。

社員の意識も変わる

「多少価格が上がっても、質のよいものを売っていくというように、社員の売り方が変わりました。営業面だけでなく、社員の意識づけという面でも、モデルハ

ウスの建設は、とても効果がありました」と柴社長。自然と価格よりも質にこだわるお客が増えた。消費税5%の工事とはなく、実際、すでに6棟の注文住宅を契約している。棟数の大幅な伸びというよりも、契約金額が上がったことが昨年との大きな違いだという。

このほか、地元ハウスメーカーの設計部から、設計者が転職してきたという地域工務店にはうれしい出来事もあった。このモデルハウスを見て、柴木材店で働きたいと訪ねてきたそうだ。

柴社長の最初のかじ取りは、見事に会社をよい方向に導いた。2年目の今年、質にこだわる工務店として地域で存在を確立すべく、さらに設計・施工に磨きをかけていく。



柴修一郎社長

伊礼智氏