

## 社長のひとりごと 【住宅】

ホームページ

ggghd.com  
ggg-asahiglobal.com  
super-chintai.com  
ggg-goldtrust.com  
ggg-goldage.com  
ggg-kubokawayoshimichi.com

## 地域一番『品揃え型住宅展示場』

アサヒグローバル株式会社代表取締役

文/久保川 義道  
Yoshimichi Kubokawa



もう20年以上前から、全住宅会社の毎月の販売契約数(建築確認提出数)を調べて、グラフにしています。それはこの地域で『一番は誰か』を知りたいからです。そして20年前は私が『ドベ』でしたが、今はいい線にいます。

県下で2、3番、当社の営業所のあるエリアでは『二番』なんです。やっとならないうちで『地域一番店』になることができませんでした。来年中には『県下一番』になりたいと計画しています。4月から『一宮』に『グローバルタウン』がオープンします。そして2、3年かけて『二宮』で『一番』になれるように努力いたします。

さて『一番』になることは意外に簡単なことです。『人のやらないことをする』『人にできないことをする』この2つだけですね。これで誰でも『地域ナンバーワン』『地域オンリーワン』になれるんです。しかし言葉では簡単でも、これを実際に実行することはもう死ぬほど大変ですね。『至難のわざ』です。ほとんどの住宅会社が実行できません。

しかしそれはやり方によつては凄く簡単なことです。私はそう思います。たつた2つの『お勉強と実行』をすればいいのです。それは①『お客様第一』と②『ランチエスター戦略』です。

私は一円のお金も無く、24歳で一人

で独立して会社を始めましたから、お客様のありがたさは涙の出る程によく分かります。お客様からいただくお金しか家族や会社が生き残る方法はありません。ですからいかにお客様に喜んでいただいて、他社ではなく我が社で買っていただくかの競争が経営だと考えています。

さて次に競争に勝つ方法はランチエスター戦略しかありません。これを勉強して実行するんですね。ですから私も全く恐くありません。やっつけるのも簡単ですが、まあ無駄な戦いはしないことです。疲れますからね。

ハウスメーカーが逆立ちしてもできないことをやればいいし、やらないことをやればいいのです。例えば『ローコスト住宅』『太陽光でローン支払ゼロ』『消費税還元住宅』ですね。地域の小さな住宅会社さん対策は、その会社がやっている販売方法は、全て当社もやればいいのです。例えば『お手紙作戦』『金券付現場見学会招待』『自然素材の家』『カーテン無料』などすぐに簡単にやれることばかりですね。そうすると『地域一番』になります。

さてグローバルタウンはなかなかいい成績ですが何故でしょうか。これも

『顧客第一』と『ランチエスター』で作られているからです。お客様の立場では住宅のモデルをいくつも見て比較して決めたいですから、四日市は7棟、一宮は3棟のモデルを建てています。価格も25.8万円だけでなく、もつと安いのがあって『価格坪数デザイン』『品揃え型』でお客様のご満足が実現できます。

そして他社ができない価格と品揃えをすれば当然に競争では勝てません。しかし勝つことだけを目的にしてはいけません。そうやって民間の住宅会社は一生懸命に努力して競争することによって、お客様により良い住宅をより安く提供できると言うこと、それを目的にすべきだと私は考えています。

住宅の仕事は楽しいですね。そうやって努力すればするほど『お客様』は喜んでいただけますし、会社もなんとか倒産しないでやってゆけるんですね。しかし『分相応』と言う言葉もありますから、グローバルタウンもあまり無理をせずに1つ1つ成功させていきたいと思えます。

しかし今回は『地域一番の秘密』をお話ししてしまいましたから、少しヤバイですね。競争他社にやっつけられないように頑張りたいと思います。