

The Strategic Manager

戦略経営者

3 No.269
2009
MARCH

●緊急特集

年度末ザバイバル! 「資金繰り」「コスト削減」「雇用」「営業」

●第2特集

二代目を鍛える

●戦経REPORT

ユニーク社内制度が社員を元気にする!

●戦略経営者登場

及川達也 セイズグループ代表

“良い住宅をちゃんとつくる”スローガンで躍進中

●ホットインタビュー

山上 聡 NTTデータ経営研究所 パートナー

中小企業向けネットバンキングの可能性

リーダーシップの研究



東洋大学陸上競技部 監督代行
佐藤 尚

“石ころ”だって磨けば光る

戦略経営者

3
2009

第 24 巻 第 3 号

平成21年3月1日発行
毎月1回1日発行

編集長 坂本 茂
発行人 飯塚真玄

発行所 株式会社TKC

定価
480円
(本体457円)

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

東芝がおすすめするWindows Vista® Business

ビジネスに「dynabook Satelliteシリーズ」。
東芝の技術とノウハウを凝縮した充実のラインアップ

ノートPC
●● dynabook
Satellite B10



省スペースでありながら高性能・高機能、堅牢性。
デスクワークも社内モバイルも快適にサポート

- 万が一の場合にも大切なデータを守る。厳しいテストに裏付けられた高い堅牢性。多彩なセキュリティ機能。世界の厳しい環境基準もクリア。
- A4ノートPCに比べひとまわり小さなコンパクトボディに14.1型ワイド液晶を搭載。持ち運びやすさと大画面を両立。
- 低消費電力と高速処理性能を両立する「インテル® Core™ 2 DuoプロセッサP8400」を搭載。「インテル® Celeron® プロセッサ-575」搭載モデルも用意。

ノートPC
●● dynabook
Satellite T41



業務を快適にサポートする
充実の機能を搭載

- 機能、性能のバランスに優れたスタンダードなA4ノートPC。
- 低消費電力と高速処理性能を両立する「インテル® Core™ 2 DuoプロセッサP8400」を搭載。「インテル® Celeron® プロセッサ-575」搭載モデルも用意。
- 多重認証などセキュリティ機能が充実。世界の厳しい環境基準もクリア。

「いつでもどこでも、安心・安全」をめざして。

toshiba note pc

for business

dynabook.com/pc/business

東芝ソリューション株式会社
ソリューション営業第一事業部 インテグレーションシステム営業部
〒105-6691 東京都港区芝浦1-1-1(東芝ビルディング) TEL.03(3457)2691

※インテル、Celeronは、アメリカ合衆国およびその他の国におけるインテルコーポレーションまたはその子会社の登録商標または商標です。

※Windows Vistaは、米国Microsoft Corporationの米国及び他の国における登録商標です。

「良い住宅をちゃんとつくってる」 スローガンで躍進中

戦略経営者登場



二極化する戸建市場のなか、価格競争に巻き込まれることなく、付加価値の高いデザイナーズ住宅を供給し続けるセイズグループ。昨今の深刻な不動産不況もなんのその、及川達也社長(37)は「お客様に心の底からよろこんでもらう」住宅づくりに燃えている。

「ちゃんとやるよ」——十代で不動産業界に足を踏み入れてからずっと、及川達也・現セイズインターナショナル社長の頭のなかでくすぶってきた言葉である。

その思いが、後のメインブランドとなる「チャントタウンシリーズ」のヒットとなって、名実ともに結実するわけだが、そのプロセスは決して平たんなものではなかった。

平成二年、高校を卒業した及川社長は、東京・葛飾の不動産業者に意気揚々と入社する。ところが、時はバブル絶頂から急転直下、ちょうど経済の崩壊にさしかかっていた。

及川社長はいう。

「不動産業というのは家をつくる仕事とばかり思っていました。驚いたことに、家を捌く仕事だった。ところが土地神話の崩壊で捌こうにも捌けない。しかも一方では、坪単価四〇万円を切る価格で、クオリティ

の伴わない家を『注文住宅ですよ』とやるわけです。部材は最悪。これ以上削るところがないほど削った家です。でも、それはもうクレームの嵐です。でも、この時のクレームが、いまの私の基礎をつくってくれたのだと思っています」

二度の「目から鱗」体験

とはいえハタチそこそこの若造が生意気なことを言っても、すぐに聞いてもらえるような甘い世界ではない。アパート案内や家賃の集金、運転手などをこなしながら、雌伏の時を過ごしていた及川社長だが、平成五年、福井コンピュータの「アーキトレンドCAD」と遭遇。最初の「目から鱗が落ちる」経験を。設計を三次元空間で立体化して見ることが出来る機能に感動し、社長にしっかりと購入を進言、聞き入れられた。当時、この製品を活用している中小の不動産会社は皆無。及川社長の先見性がうかがわれる。

顧客へのプレゼンに最適なツールだし、また、頭のなかで建物の立体構造を思い描きながら設計を体験できるのも大きかった。このツールを縦横無尽に活用しながら、及川社長は急速に成長していくのである。さらに数年後、設計士・松田勝也

氏(現セイズホームアーキテクトデザイナー)と出会う。現在のセイズグループのつくる家の特徴でもある「空間の使い方」など、多大な影響を受けた。二度目の「目から鱗」体験である。

そして「都会の狭小地の三階建て」を得意分野に、顧客のニーズを吸い上げながら、斬新なデザインの「売り建て」物件を多数販売していく。



その数、年間三〇〇四〇戸にのぼり、若き及川設計士のデザインする家は、周囲から高い評価を受けるようになったのである。

しかし、満足には程遠かった。その間にも、業界のレベルの低さやうんざりし続け、「もつとちゃんとした」「もっとクリエイティブな」住宅をつくりたいとの思いは募っていった。

現場をコントロールするために

そして、満を持して独立したのが平成十三年二月。「三〇歳までには独立したいと当初から考えていましたから」という及川社長。三名でのスタート。一〇〇〇万円で起業のつもりが、結局は一七〇〇万円かかってしまう。四苦八苦しながらもお金をかき集め、初年度「無理失理に近い



高いデザイン性が人気

形で(及川社長)二棟をつくり、年商一億円をなんとか稼いだ。

「トステムの『スーパーウォール』という当時は珍しかった高断熱・高気密の高付加価値工法を採用し、地元工務店とタッグを組んで順調に滑り出しました」(及川社長)

ただ、次第に顧客が求めるコストとの齟齬や、工務店との意見の食い

違いに悩むようになる。たとえば、斬新なデザインを提案しても工務店側が受け入れてくれなかったり、部材の選択で担当者や喧嘩になることもしばしばだったという。

「どうしても自分の思い描くクオリティを実現できない。思いのこもった住宅を建てることできない。みんなもつと『ちゃんと』しようよ」と、もどかしい思いでしたね」

では、そのもどかしさを解消するにはどうすればいいのか。

及川社長は、工務店に任せてもらうやり方では限界がある、と考えた。現場をコントロールできなければ、満足度の高い家をつくることはできない。自分で建築まで手掛けることが最善の解決策…というわけで、セイズホームという建築会社を設立したのである。

戸建住宅の場合、一般に不動産会社、建築会社(工務店)、設計事務所、大手ビルダーという四つの窓口がある。不動産会社はフレキシブルに対応できるが建築自体にやや疎い。建築会社はコスト的には優位だが当たり外れが大きいし融通が利かない面がある。設計事務所はデザインなどがクオリティは高いが土地情報や進捗管理に疎い。さらに、大手ビルダーは小回りが利きサービスが良いがコストが高い…など、それぞれに長所

◎プロフィール

おいかわ・たつや●1971(昭和46)年、東京都生まれ。高校卒業後、90年に葛飾区内の不動産業者に就職。2001年、セイズ・インターナショナル、2004年、セイズホームを設立。いずれも代表取締役就任。ゴルフ、ミニカー蒐集、フットサルなど多彩な趣味を持つ。2級建築士。

●商号 セイズグループ
 ●業種 不動産売買、建築
 ●設立 2001(平成13)年3月
 ●所在地 東京都葛飾区立石6-18-20
 ●TEL 03-5670-6161
 ●売上高 約30億円
 ●社員数 13名
 ●URL <http://www.saysinter.com/>

と短所がある。及川社長は、「これらの長所だけを集め、短所をなくすような体制をつくりたい」と考えたのである。顧客のニーズを吸い上げ、柔軟に対応でき、クオリティが高く、しっかりと進捗管理ができる会社だ。

そのためには、まず「ちゃんとする」必要がある。建築業界は、他業界に比べアバウトで、顧客第一とはいいがたい部分があるのは事実。

そんな因習的な部分を、現場の一人ひとりの意識を高めることで、一掃したかった。及川社長は矢継ぎ早に手を打っていく。

その思いを、まずは自社ブランド『チャントタウンシリーズ』というネーミングに託した。

そして、現場監督には及川社長が個人的に信頼する三名を配置。その下に一〇名の大工をほとんど専任の形で雇い入れた。

「木造在来工法は大工さんの良し悪しが出てくるので当社では信頼できる大工さんを常用し、各種保険等にも入っている。ウチの仕事は大工さんにと



空間を存分に使った斬新な内装がウリ

って面倒くさいし逃げたくなるもので、実際辞めた方もおられます。でも残った方々には恒常的に仕事を提供することで、お互いに感謝し合う関係性をつくりあげてきました。それが当社の最大の強みの一つです(及川社長)

よくある大工に丸投げしその上前をはねるやり方ではなく、しっかりと「自



社でつくる」セイズの物件が、他社よりも顧客満足度が高くなるのは必然かもしれない。

また、スタッフの採用においては、不動産業界経験者の採用は控えた。業界の常識に染まった人間よりも、素人の方が教育がしやすく「ちゃんとできる」と考えたからだ。

あえてマーケットを絞り込む

もちろん、アフターサービスにも

万全を期した。日本住宅保険検査機構(JIO)の「瑕疵担保責任保険」による一〇年保障はもちろん、セイズ独自に竣工から三ヵ月、六ヵ月、一二月、二四ヵ月と継続点検を、ほぼ手間賃無料でやっている。

たとえばJIOの保険の場合、軸組のポイントで大量の金物を所定のやり方で取り付ける必要がある、厳格な検査もあるため、耐震性は格段にアップする。もちろん手間暇もコストもかかる。そのため、これを採用せずに建築、提供している中小業者は多数存在するという。

加えて、顧客へのヒアリングを徹底しながらの設計あるいは建材や設備へのこだわりも堅持。当然、コストは上がる。

及川社長はこういう。

「当社では、最低でも坪六〇万円以上はご用意いただきたいと最初にお話します。それ以下で建てたいなら他を当たってください。いい加減なものをつくりたくないですから

ね。僕は建物は公共的な側面を持つと常々考えています。だから、へんとこりんなものをつくってしまおうと世間にも顔向けできないし、社内のモチベーションも上がらない。『社長はお金もうけのためにこんなものを

つくってるのか」とね

狙い通り、セイズホーム設立以来、顧客満足度は急上昇し、年間の受注件数は跳ね上がった。平成十八年三〇棟、十九年四〇棟、二十年には六〇棟に達し、年商も三〇億円にまで到達。また、「健康」をキーワードに『イムウッド』という化学物質を使用しない加工技術をフローリングやクロスなどに標準採用した新たなブランド『都快』(トカイ)も立ち上げ、より付加価値の高い住宅づくりの方向性を内外に示した。

しかし一方で、及川社長の心中に拡大志向はなく、常用大工もスタッフも増やす予定はない。

「いまや、規模ではなく質の時代。会社や受注件数が大きくなると、それだけ自分たちの思いのこもった住宅づくりができなくなります。我々の目標は、あくまでこの葛飾区で地域一番店になること。ターゲットを絞って、本当にお客様に喜んでもらえる住宅づくりやサービスを続けていきたい」

顧客のニーズをつかみ、提案し、思い通りものをつくる…単純とも思えるが「できる会社はほとんどない」と及川社長。これを貫けば、「一〇〇年に一度の大不況も十分に乗り切れると思う」という。

(取材協力・税理士法人ガイア/本誌・高根文隆)