② ハウスメーカーの下請から元請に転換

「もしお金が戻らなくてもあなたに」そのひと言で強く前を向いた

澤田建築（静岡県富士市）代表の澤田卓巳さんは叩き上げの大工だ。20年前、高校卒業とともに先代の父へ弟子入りした。確かな将来像を思い描いていたわけではない。「ほかにやりたいこともなく、軽い気持ちで入ったのが正直なところ」と話す。

1988年、澤田卓巳さんが入職した頃、住宅市場は変革期を迎えていた。

消費者の意識が変わり「家は地元の大工に」という習慣が衰退。大手の進出が活発化して、元請けの仕事が一気になくなった。修業の現場はもっぱら、ハウスメーカーの手間請けだったという。

ひと通り仕事を覚えるまでに10年。結婚して身を固めたのを見計らったかのように、先代が現役を引退した。

「私も二代目には違いはない。が、継承の仕方は異質」と澤田さんは言う。

工務店の看板を出していたとはいえ、雇うべき社員がいたわけではない。親方衆は過去となり、このときは親子がお互いに、腕前一つで食べていく一人の職人同士だった。

（俺は引退するが）あとはお前がやりたかったらやれ」。

「いま思えば、親父は「澤田建築」の看板に未練はなかったのかもしれない。私も家業の後継者というより、一人の創業者の感覚だった。元請の二代目・三代目の方であれば、そうはいかないと思う」

「家1棟建てられるなら元請できる。勘違いだった」

顧客対応できないもどかしさ

先代の引退後も、仕事は相変わらずハウスメーカーの手間請けだった。決められた予算と工期を守り、図面どおり仕上げる。それでも施主が現場にやって来て、声をかけてくれるのが嬉しかった。逆に、心にすき間を感じたのもそこだ。

「お客様が現場に来ると、やはり『大工さん。ここに棚をつけて』といった要望が出る。本来ならすぐ応えてあげたい。それができないのが苦しかった」

元請会社の営業・工務から指示がない限り、勝手な判断はできない。だが指示を待つと、金額や工期の調整で時間がかかる。もどかしく、自分が元請になりたい気持ちを強くした。

転機は、しばらくして訪れた。一つは建築士試験に合格したこと、もう一つは旧友から直接家づくりを依頼されたことだ。これをきっかけに、一気に元請へと業態転換。この節目を澤田さんは「第二の創業」と呼ぶ。2004年、妻と2人の小さな船出だった。

「このときも軽い気持ち。いま考えれば大きく勘違いしていた。仕事がつながったのが奇跡」と笑う。

見学会チラシ打っても10組

澤田さんが言う勘違いとは、端的には経営に対する考え方だ。

「確かに私は大工として家1棟を建てられた。しかし、だから家1棟を元請けできるかと言えば、そうではない」

腕前一つで食べていく職人の世界とは、勝手が違っていた。

旧友の家が完成すると、建材メーカーからアドバイスを受け、初めての見学会を開いた。富士市内にチラシを6万部打って告知、知人にも片端から声をかけた。が、集客は2日間で10組。追客は一人もできなかった。

それでも運よく、身内の紹介で2棟目の受注がつながった。やはり完成見学会を開いたが、結果は同じ。手ごたえはゼロだ。ひっ迫した気持ちで営業本を読み漁り、営業セミナーに通い詰めた。

このまま進もうか、それとも下請に戻ろうか。日々考えていたという。

澤田卓巳さん（40）
澤田建築代表

大工でも大手以上の家つくれる

悩みながらも営業をしかけ、何とか3棟目を受注した。このときの顧客は、すでに地元の有力ビルダーと仮契約済み。100万円の前金を支払っていたが、それを白紙撤回しての依頼だ。

もしお金が戻らなくても、あなたに頼みたい」。

「この言葉をいただいたとき『ああ。これでこの先もがんばれる』と思えた」

澤田さんの心に強くあったのは「俺たち（大工）だってハウスメーカーに勝るとも劣らない家がつくれる」という思い。トステム・スーパーウォール（SW）工法を採用したのも「高性能という付加価値を家にプラスしてあげたかったから」にほかならない。

そのため初期の営業トークは、耐震と断熱

次第に受注がまわり始める

ハードが「強み」ではなかった 人として顧客に応える姿勢に

気密の説明がほとんど。だが一生懸命話し続けるなかで、熱意が伝わるようになっていた。

「私自身、お客様と話すことにだんだん慣れてきた。またこのときは、お客様自身が断熱性能に関心が高く、実際に現場で叩いている私の言葉に説得力を感じてくれた」

人柄への共感が決め手だった

自力で営業し、図面を書き、現場で叩く。顧客の笑顔が見たいという一心だった。大工の自負もあったが、技を売りにしたわけでもない。

そのためホームページの刷新にあたって自社の「強み」を問われたとき、即答できなかった。

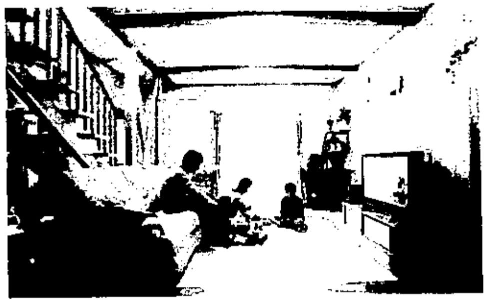
「自分では『やはり高断熱高気密かな』と思っていた。しかし、ホームページ製作会社の方が『実際にお客様に聞いてみるのが一番手っ取り早いよ』と。」

そう言われ、OB施主にインタビューしたのが、方向性を固めるきっかけになった。

なぜ澤田建築を選んだのか。

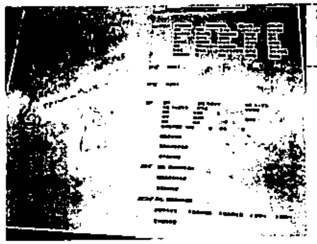
キーワードのなかには確かに、断熱気密もあった。が、決め手ではない。最終的には、澤田さんの人柄や考え方に対する共感だ。「モノではなく人を見てくれていた」。それは、嬉しい驚きだった。

以降、澤田さんは様式にとらわれず、自由な発想で「顧客の想いを形に」するよう自らを意識付けしている。



基本性能を確保し、無垢材・自然素材の質感を生かす

自然に打ち解ける関係づくり



澤田さんが使用するヒアリングシート。顧客との初回面談の際に、生活の小さなことまで細かくメモする

「顧客の想いを形に」をモットーに、様式にとらわれずデザイン

受注が好調 今年は10棟に

元請に転換して5年。これまで年1～2棟のペースで推移してきた受注が昨年、6棟に伸びた。ホームページ・雑誌掲載・チラシ・見学会など、しかけてきた集客・営業の効果がようやくあらわれ始めたかたちだ。

「妻と二人でやっていくには、投資効率とキャパシティの面で6棟は適切なバランス」と澤田さん。だが、現場で叩いていたら経営はまわらない。そう考え、一昨年から大工を退いた。

顧客の大半は、30～40代の核家族子育て世帯だ。アパートが手狭になってきたことから家づくりを検討し、ハウスメーカーと比較したうえで澤田さんに頼んでくる。

そのため、プラン・見積もりはほとんどが競合。だが、営業の機微がいまだにわからないと苦笑する。

「見込みのお客様が10人いれば、10通りの追客方法があると思う。しかし正直、営業の電話や訪問は苦手。見学会に来てくれた人それぞれに、いつ、どうアプローチすればいいのか、いまも見極めがつかない。そのため追客はDMが中心。何度も案内を送り、リピーターになってもらう」

そうしたなかで、自社の家づくりを正直に伝える。自然に打ち解けてくれる人たちが顧客だ。結果、澤田さんと同年代の人たちが多くなる。

このやり方で、受注は引き続き好調に推移する。今年は10棟に達する見込みとなったため、設計と監督の業務を担任してくれる社員を2人雇用した。当面、この体制を維持していきたい考えている。

SGEC認証で産地証明の安心感
ハウスメーカーの明快な対抗軸に

「富士山檜輝」のブランド化目指す

川上から川下まで SGECの輪

いま力を入れようとしているのは、地域材の活用だ。

澤田建築は、SGEC認証を受けた富士山木造住宅協会森林認証委員会のメンバーでもある。認証材の「富士山檜輝（ひのき）」を柱と土台に使った建物を現在建築中。今年秋から自社のショールームとして利用する。

富士山檜輝のSGEC認証は、富士山麓日本製紙認証林から製材（富士ひのき加工協同組合）、プレカット加工（マルダイ）、さらにその先の工務店ネットワーク（富士山木造住宅協会森林認証委員会）まで輪がつながっている。原木の生産から建築まで、一貫した木材のトレーサビリティが実現。産地証明の安心感を顧客に届けることが可能となった。

現在建築中の「富士山檜輝」の家。SGEC認証により、産地証明の安心感を届ける

認証材を使うには、材料の分別管理や伝票の区分けといった手間もある。購入価格も一般の流通材より若干高い。が、澤田さんは「地元の家を地元の材で、地元の大工・工務店の手によって建てようという理念に賛同した」と言い、この取り組みがハウスメーカーとの明快な対抗軸になることを期待する。

地域材ブランドが定着すれば、地元の家づくり全体にとって大きな力だ。挑戦するにはいまの時代がチャンスとみる。

「市場のパイが小さくなれば、確かにハウスメーカーは競争で苦しい。そうなると、家づくりは地場産業の手に再び戻ってくるのではないか。ただし、そのためには、私たちがスキルアップしなければならない」

澤田さんの説くスキルアップとは、大工の腕前以外の部分。たとえば設計・提案力、アフター対応、保証体制、規模・業態に見合った集客・営業のしくみ、資金計画の知識…。それらは、澤田さんがこの5年間必死で学び、また現在も学んでいることだ。

やる気ある仲間と地場産業を活性化

「けっして大手しかできないことではない。要はやる気」。それは、同じ世代の若手経営者に向けたメッセージでもある。

「確かにいまは、大工・工務店が腕前だけで元請になれる時代ではない。だが、その代わりいろいろな情報があふれ、ネットワークも数多くある。そこに自分でノウハウを取りに行き、自分に合った答えを探す。それをやっていけば、私たちもハウスメーカー以上の家をお客様に提供していける」

目標は、大工仲間といっしょに一丸で地元の家づくりを盛り上げていくこと。自身が第二の創業から得たことを、すべてオープンにしていく気持ちでいる。

会社概要

澤田建築

1960年創業。地域の大工として家づくりを請け負ってきたが、バブル期以後は依頼が減少し、ハウスメーカーの手間請けにシフトした。が、5年前に現社長の澤田卓巳さんが再び元請へと業態を転換。これを「第二の創業」とし、以降、様式にとらわれない高性能デザイン住宅の生産・提供を行っている。新築受注は昨年6棟、今年10棟の見込み。社員4人。

静岡県富士市
☎0545・31・0214