

# 常識破りで 行列できる工務店

注文住宅の近代ホーム（横浜市港南区港南台、☎045・833・2622）は、値引きや訪問営業を一切しない常識破りのスタイルで、行列のできる工務店を実現する。「予約来場型営業」や「モデルハウス宿泊体験」といったユニークな営業



近代ホーム

方センチの“超高気密”を実現した。「住宅と人の健康は密接しています」とし、中でも断熱・気密・換気の3つを重要視する。

住宅を引き渡す前の検査も徹底。断熱性を確認するため、サーモグラフィなどでチェックしている。

## 予約来場型営業、 モデルハウス宿泊体験

手法を次々と実践。競争が激しい業界内にあって、差別化に成功し、受注件数を伸ばし続ける。

### ■服は試着、車は試乗、家は試住？

営業スタイルにも工夫を凝らす。「呼んでもいないのに押しかけられたら迷惑なので、訪問営業はしません」（松本社長）とキッパリ。価格競争とは一線を画し、お客さんに来てもらう「来場型営業」をしている。初回来場時には最低3時間以上話し、その仕組みを理解してもらわない限りモデルハウスの案内はしないと云う。

「いきなりモデルハウスを見せてしまうと、お客さんは目に見える内装や設備だけを見て分かった気になってしまいます。最初にじっくりと説明し、価値が分かる“モノサシ”を持ってもらいます」と説明する。

打ち合わせを重ね、希望者にはモデルハウスの宿泊体験も受け入れている。その際、お食事券を手渡し、家から出て絶対に外食をしてもらう。

「ずっと家の中にいると、快適さが当たり前になってしまいます。だから一度外出し、外と家の中の違いを体感してもらいます」。

100人のお客さんが訪問して1割の受注につなげるより、来社するお客さんを着実に取り込むやり方が奏功。社員数20人ながら、大手ハウスメーカーと差別化している。

### ■超高気密を実現

「人生100年時代に突入していますが、日本の住宅の平均寿命は30年ほどです。これはおかしいです」と松本典朗社長。同社は「100年健康住宅」をウリに、高気密・高断熱の家造りを実践する。

「日本の住宅は欧米と比べるとかなり遅れています」と松本社長は指摘する。というのも、建物からの熱の逃げにくさを示す「熱損失係数」の平均値は、欧米と日本の住宅ではかなりの開きがあるという。

松本社長によると、日本の一般的な住宅は構造上、1メートル当たり10平方センチメートル程度の間隙があり、これが断熱性を阻害している。「メイド・イン・ジャパンと言っても、住宅の省エネに関して日本はまだ“化石”なんです」と語る。

その点、同社の100年健康住宅は1メートル当たりわずか0.4平方



高断熱「100年健康住宅」を提唱