

## デザイン力を生かすためにも、マーケティング戦略強化を図る

祖父の代から続いてきた建築業と、現社長が始めた設計事務所が合体して誕生した村井建築株式会社（石川県加賀市）。芸大でデザインを学んだ村井美樹也社長は、デザインを生かした手作りにこだわり、他社との差別化を図っています。若い営業担当を採用したのを機に、経営ビジネス相談センターの営業コンサルティングを受けて、「気づいたことが山ほどあった」と手ごたえを感じておられるようです。入社1年の営業担当、谷口雄飛さんにも加わっていただいて、センター代表の中川義崇代表が村井社長に、会社の将来像や新たな営業戦略などをうかがいました。

### 祖父の代から思いを込めた手作りの良さを一棟一棟に

**中川** おじいさまが宮大工をされていて、村井社長は3代目なんですね。住まいに対する思いや自社の強みと考えることなどを聞かせてください。

**村井** 小さいころからものづくりに取り組む祖父や父の仕事ぶりを見て育ち、その中で一番教えられたのは、「ものづくりは真剣にやれ」ということです。今は規格部材を工場で作って現場に持ち込むプレカットが主流ですが、昔は木そのものを買ってきて3年寝かせてから製材加工したうえでカンナ掛けや墨付けなども手作業で行うため、1棟建てるのにすごく時間をかけていました。漆塗りも自分でやっていたね。そんな風に、丁寧に素材を大切に扱っているのを小さいときから見てきましたから、メーカーが作った既製品より職人が作ったものの方がいいと思っています。そのあたりは他社との違いかもしれませんね。うちはハウスメーカーになりたいとは思ってなくて、一つ一つ手作りでありたいと考えています。もちろん全部が全部そうはいきませんが、どうしても必要な既製品は使いながらも、手作りの良さを1棟1棟に込めていきたいですね。

### 使い勝手や感触が大切なプロダクトデザインから建築へ。造作家具の依頼にワクワク

**中川** お会いする前に、デザイナーであるうえ一級建築士の資格もお持ちであるということを知って、すごく驚きました。実際にお話を聞いてインパクトがあったのが、私たちは建物の外見を外観と言いますが、村井さんはフォルムとおっしゃったことです。まさにデザイン出身の流れを如実に物語るものと思いました。無垢材とか手作りとか合わせてデザインを大事にされていると感じていますが、デザインへのこだわりと、そこへの思いは？

**村井** 実は、ずっと美術の道に進みたいと思っていました。小さいころから絵の学校に通ったり、金沢美術工芸大学に入りたくて通信教育で美術の勉強をしたりしました。結局は、都会に行きたいという思いが強かったので神戸芸術工科大学に行ったのですが、絵に関して

は自分の得意なところだと思っています。元々デザインが好きで、大学ではプロダクトデザインを学びました。工業デザインですね。これは範囲が広くて、車や家電、家具など人間が作り出すもののデザインを学びます。手に取れるものはすべて工業デザインかなというところで学んできました。インテリアのモノを追求していくうち、自然に建築に導かれるようになっていったという感じです。これも建築家系のせいでしょうか。

**中川** 工業デザインの切り口で住まいを形作ってきたと言えるのでしょうか。

**村井** そこまで偉そうには言えませんが、自分の中でベースになっているところがあります。デザインにもグラフィックやアパレル系のテキスタイルなどいろいろな分野がありますが、工業デザインは唯一、人間が触れるもので、たとえば使い勝手であったり感触であったりといったものにつながっており、それが衣食住のうち「住」の部分では最も重要な部分ではないかと思っています。

**中川** 建築をやるのに相性がいいのがデザインの分野ということですね。

**村井** 今思うとそうですね。僕自身建築に行くとは思わなかったんですよ。ものが好きで、カメラやバイクのデザインなどカッコいいものを作りたいというのが当時の考えでした。

**中川** お客さんは家を建てるときに一つだけでも素敵なデザインと一緒に考え、それを家の中に置くことができれば喜びも大きいのではないのでしょうか。

**村井** 僕自身、造作家具がある場合はワクワクします。既製品で全部まかなってというお客様より、手作りにこだわりのあるお客様がうちには多いという気がしますね。

**中川** デザインが好きな人の期待を上回ったり、互いに触発し合って、もっといいものをつくりたいというアイデアが膨らんだりすればいいのですが、なかなかできる設計士がいない中で、そこを再現できるというのは大きな強みですね。

## 設計の理念を自ら実現化する喜びは、設計・施工一体だからこそ

**中川** 設計事務所をやっていて施工部隊を併せて持つようになったきっかけはどういうことだったのでしょか。

**村井** 父が倒れたことです。最初は別々で、僕は自分の設計事務所をやっていたのですが、施工にも興味があったので、跡を継いで法人化して、本格的に一気にやっとうと考えたんです。設計事務所では自由に自分の好きな図面を描いていましたが、施工会社やユーザーさんからの依頼を受ける立場ですから、完全には思い通りにはいきませんでした。施工側は、これではコストがかかるから無理などという理由で勝手に変えたりしますので、設計側の考えが十分に反映されないことにジレンマがありました。ですから、自分で設計し、自分で建てるといういいものができるかなと思ったのがきっかけでした。実際は、自分で施工をやってみたら大変ですけどね（笑い）。

**中川** 施工を受注すると大きな工程を任せられる。その中で自由きくところは自分たちの考えでやりたいと。

**村井** 施工側が変更するにしても、デザイナーの見解が生かされたものならいいのですが、食い違っていたりするとデメリットがあります。格子一つとってもバランスが崩れると見え方が変わってくるものです。

**中川** 窓とか窓枠、ドアなどで建物の雰囲気は変わりますね。基本的には造作で作るのですか？ 予算に応じてでしょうか。

**村井** 造作が好きな人にはできるだけ提案します。窓などでしたらサッシの方が安心できる人がいるでしょうし。

### 知識情報が豊富なお客様の要望に応えながら、“温故知新、も大切に

**中川** 最近の注文住宅業界で、何か変化を感じられることはありますか？

**村井** お客さまが自分の思いを持ってこられるのは今も昔も変わりませんが、最近感じるのが、レベルがすごく高いということです。インターネットの普及で知識や情報を手早く入手できるからでしょう。僕らとしてもごまかしがきかず、最先端の知識や情報を持っていないと対応していきませんから、SNSなども駆使して研究しています。ネットやSNSを活用するという点から、若いスタッフもうちの戦力と思っています。

かといって、お客様が持っているのは新しい情報だけではないんですね。古い情報を若い人が知っていてびっくりすることもあります。ニュースで見えていますと、昔の歌謡曲も聞いているらしいですね。建築においても温故知新ではないですが、古いものでもいいものだと伝えられるような対応ができたらいいなと思っています。

**中川** 僕らが若いときは、新しければ一番うれしいなと思っていました。今は見る目が肥えてきたと言えるのでしょうかね。

### 職人氣質の言葉でなく、マーケティングに裏打ちされたアピールを重視

**中川** 最近の住宅業界の変化についてですが、一昔前は個人でやっていた大工さんに頼むということが多かったのに、今はいなくなってきましたね。競争が激しく、強いところはさらに強くなって、二極化が進んでいる気がします。ものづくりが得意なところは、ものが良いことで勝負に勝っていたのが、今は広告宣伝がうまいところが受注するようになってきています。地域で光っていた会社でも、いくらものづくりが良くても広告宣伝が下手だと苦戦しているように思います。

**村井** そうした傾向を意識したわけではないのですが、僕の代になってマーケティングを大事にしているんです。お客様のほとんどを占める子育て世代にアピールするには、職人氣質で語っても伝わりません。マーケティングを勉強しながら、お客様の要望をつかみ、それにどう応えていくかを考え続けて10年たちました。僕は家具屋さんやデザイン会社にいたことがあるのですが、写真も自分で撮ってフォトショップやイラストレーターを使って広

告物を作るなど自分で何もかもやりたいタイプなんです。マーケティングを重視するようになってからも失敗の連続でしたが、出してみても反応を見たりして、お客様との距離を測りながら仕事をしています。

**中川** お客様の声を直接聞く立場であり、一方で反応を見ている。そこが強みの一つ？

**村井** 特徴ですかね。専門的な知識が必要なプログラムは外注していますが、基本的に強くアピールできる自社製にこだわっています。

**中川** 同じ外注でも注文主によって出来が変わりますね。以前の作品をホームページで見たのですが、センスを感じました。単にモノを説明するのではなく、気持ちいい情景がイメージ出来ていい人生が送れそうだなと感じられるように思いました。住まいづくりはいい人生づくりにつながるんだろうだなあと。あくまで私自身の感想ですが。

## オープンハウスや口コミ営業からの脱却を目指して

**中川** 弊社と出会う前に、どんな課題があると認識されていたのでしょうか。

**村井** 僕自身の中に抜けきらない職人気質みたいなものがあって、営業はほとんどやったことがないですよ。オープンハウスや口コミばかりに頼って。ですから、今回の依頼は、若い人を対象に、ものづくりにアプローチできる人にアドバイザーをお願いする初めての試みなんです。スタッフも年を取ってくるので、若いお客様の生の声を聞ける人間がいなくていけないですから、営業という職種の必要性をここ何年か考えるようになっていました。

**中川** それまで感じていた課題のポイントと、私たちと話して感じたポイントの差というか、気づいたことはありますか？

**村井** 正直、レクチャーや研修を受けて、営業の谷口より僕の方が勉強になっています。ぼんやりとしかとらえていなかった課題、問題点を中川先生の話の中でテーブルの上に並べて、ここに向かうにはどうすればいいかということに山ほど気づかされました。谷口にも伝えていこうと思います。若い者にはまだまだ気づけないと思いますので。

**谷口** やってみたいと分からないことがあるでしょうね。営業を何年もやった人が聞いて初めてわかるという話が多いんだなと思います。

**村井** このところすごく頑張り、契約もとれたんですよ。

**谷口** オープンハウスに来てもらった方にレターを出してアプローチし、留めておくということすら知らなかったので、次に生かしていけたら。

**中川** 村井さんが建てた住まいを見ると、デザインが素敵です。中にいるときにセルフイメージを挙げてくれるのが素晴らしい。自分を高めてくれる。土曜日に起きてごろんとしているのではなく、身なりも違ってきて、それによって発想が変わり、出会う人も変わっていき、人生が好転していくようなイメージですね。御社のお客様を分析してみると、成長したいという思いが根っこにあると私は思っています。オープンハウスに入ると成長する、そんなイメージがお客様の心に落ちてきたら楽しい営業ができそうですね。いいなと思ってくれる

お客様のところへ行ける営業ができれば、営業マンとしてもいい人生が送れそうです。

## 日本古来の「間」を取り入れた個性的で継承できるデザインを生んでいきたい

**中川** 将来どんな会社を目指しますか？

**村井** 会社をやるからには地域でトップ、県内でもトップに行きなさいと言われてきました。車や家具、家電などものを作っているメーカーはたくさんありますが、うちは最初からメーカーではありません。今更ハウスメーカーになりたくないという気持ちがあります。地域の工務店でありながら設計をやってきた経験があり、設計事務所と工務店のいいとこどりができる個性的な会社でありたいと思っています。今3代目ですが、若い人を入れながら継続して長く続けることでOBさんへの対応も安心できる。そんな会社にしていきたいですね。

**中川** コロナ禍で思ったのが、業界で一番の会社は決して規模が大きいところではないということです。有名なチェーン店であっても、つながりや思い入れのない店には全くお客さんは行きませんでした。小さいながらもいいものを提供してお客様との交流がしっかりできている店、地域から求められている会社はしっかり残っていくはずですよ。それだけ、提供者側の心の在り方、真摯な姿に価値があると思っている人が増えたように思います。

**村井** 現代の人は効率的な生活を望むがために、無駄とされるものは排除してきました。でも私たちは、「間」がとても重要だと考えます。日本の建築には、古くから美しい「間」がありました。私たちも、小さな建物でもできるだけ豊かな「間」を取り入れたいと考えて設計しています。建築を通して、次世代へ継承するデザインを追求し続けていきたいですね。

## お客様に寄り添うパートナーであるべく対応力を磨いていきたい

**中川** 営業マンとしてお客様にこう貢献したいという思いはありますか？ いい家をつくるためのアテンドをするという面はあるでしょうが、お客様の幸せ、満足な家づくりにどう貢献するかという面です。

**谷口** 営業は会社の中で最初にお客様の声を聞く立場ですね。お客様は疑問点を早く解消したくて、答えがすぐに欲しいだろうと思うんです。たとえば、こうしたらいくらかかるかとか、雨漏りは心配ないかと聞いてこられたときに、その場で答えられる営業になりたいですね。施工知識の仕込みはまだまだこれからですが、人として判断される部分が大いにあると思いますので、対応力で安心していただければと思います。

**中川** 私も住宅販売の営業をやっていたのですが、売ってやろうという欲を出さずにお役立ちのスタンスを貫けば、いい営業マンになれると思いますよ。

**村井** 営業の経験がほとんどないと言いましたが、家具の営業をやっていたことがあるんです。月3000万円売れと言われて相当苦労しました。営業はお客様にとってパートナー。

質問されたり手伝ってと言われたりするなど御用聞きの部分が多いですが、それに迅速に  
応えるスキルが大事だし、何かあった時の心のよりどころのようなパートナーでありたい  
ですね。人生は選択の連続です。お客様から A か B かと聞かれたとき適切にアドバイスし  
て、色気のある人生を紡ぎ出すお手伝いをしたい。そこまで信頼関係ができれば、コストが  
かかるからいらぬということにはならないと思います。

**中川** 営業マンがお客様への想いを持っているかどうかで、いざ家を建てようと思ったと  
きにお客様の頭に浮かぶ営業マンになれるかどうかの差がついてきます。何回も来るから  
ではなく、自分のことを考えてくれていると思っていただくこと、それが営業のコツだと思  
うんです。オープンハウスで初めて会って、いざ家を建てようというときに声をかけてもら  
う。その間にどんな関係をつくるか。相談を持ち掛けたいなと思ってもらえるようになるか  
がキモですね。

**村井** オープンハウスではこういう対応をしようとかいろいろなパターンを考えていて、  
お客様がストレスなくこの人に頼ろうというスタイルを確立できれば営業力も強化でき  
ると感じています。設計と施工の技術はしっかりしていると自負していますので、学んだこと  
をしっかりと実践に移して、新たな営業戦略を確立していきたいと思います。