

導入店最新情報

6月は2社のお仲間が誕生しました!

《埼玉県【三郷市】：松井産業株式会社》

～お客様の満足のために、全員参加の経営を推進し、現場力と実現力を高める～

埼玉県三郷市の松井産業株式会社様が新しく「炭の家」のお仲間になりました。創業が大正11年という地域に愛される歴史ある企業様と「炭の家」を関東圏に広く普及させるため相互協力のもと頑張っております。



松井産業株式会社

所在地 埼玉県三郷市彦成1-1  
創業 大正11年(創業88年)  
設立 昭和34年1月  
資本金 9728万円  
代表 代表取締役 松井宏之



《北海道【函館市】：潮産業株式会社》

今年の4月より「炭の家」の空白地域となっていた北海道の函館地区で、潮産業株式会社様が新しく「炭の家」のお仲間になりました。道内のフランチャイズ加盟店様とともに歴史的な街「函館」から「炭の家」を発信していきます。



潮産業株式会社

所在地 北海道函館市西栲梗町591-33  
資本金 3000万円  
代表 代表取締役 外崎浩之  
加盟団体 北方圏住宅研究会会員

セミナーレポート

「炭の家」交流会in札幌 平成22年7月6日

今から10年前に発足したファールFCグループ。協働の理念に基づき「炭の家」草創期から一緒に活動し、北海道各地でご活躍されている同志の皆様との交流会が開催されました。

特別講師を招いての勉強会や全国各地の導入企業様の取組み等々の報告会

さらに、懇親会では熱いディスカッションが繰り広げられ大いに盛り上がりました。

今回は北海道での開催でしたが、今後は西日本、東日本など全国各地で「炭の家」交流会を開催して参ります!



当社ではすぐに導入できる「炭の家」のライセンスパートナーを募集しております。詳しくは右記直通ダイヤルまで気軽にお問い合わせ下さい。

フロンティア事業部直通ダイヤル

TEL (011)756-4824  
FAX (011)756-4825



SUMI-炭-  
TIME



VOL.  
13  
2010 JUL  
スミタイム

TOPICS

- 発行のご挨拶
- ニュース  
エコ住宅で思わぬトラブル!?
- マーケティング  
誠実マーケティングのすすめ
- 導入店最新情報  
6月は新規導入2社誕生!
- セミナーレポート  
北海道FC「炭の家」交流会



当社モデルハウス 天然工房 O2 (北海道マイホームセンター札幌会場)



お知らせ

<http://www.homekikakucenter.co.jp/sumi1t/>

「炭の家」法人様向けサイトをリニューアルしました!  
導入された企業様の声や「炭の家」の最新情報をタイムリーにお届けします。そして、満を持してスタートした!?  
「スタッフブログ」はほぼ毎日(笑)更新しておりますのでぜひ一度、とは言わず何度でもご覧下さい!



ホームページをリニューアルしました!

ブログも始めました!



炭の家をもっと知りたい方は ▶▶▶ ホーム企画センター 検索 <http://www.homekikakucenter.co.jp/sumi1t/>

株式会社 ホーム企画センター  
001-0038 札幌市北区北38条西2丁目1番26号 創業/昭和43年 資本金/4億9,000万円

お電話でのお問い合わせやお申込の方はこちらへ!  
フロンティア事業部 0120-114-119



## ■「炭タイム」Vol.13発刊のご挨拶■

今年の北海道の初夏は、びっくりするほど暑い日が続いております。九州では大雨の被害が連日報道されていますがこれも**異常気象**なのでしょうか？

本州の皆さまは梅雨の真っ只中で、すっきりしない日々を送っていると思いますが、体調管理には十分に気を配ってこの夏を乗り切っていきたいですね！

さて、巷では**選挙戦の真っ最中**で、この「炭タイム」がお手元に届く頃は結果が出て、何か**政局に変化！？**が出ているかもしれません。

いずれにしても私たちの業界を取り巻く環境は楽観的に考えられる要素は何も無いように感じます。

今期も**四半期を経過**し、自社のおかれている状況がはっきりと把握できる頃だと思いますが、**あらゆる手段、知恵を使って戦略を練る材料に「炭の家」**が有効であると考えています。

全国での活動も段々と本格化し、今までの活動が大きく花開く予感がしている今日この頃ですが、私たちの活動の一端は、先月から始めたブログでも確認できますので、ぜひ当社ホームページをご覧くださいと思います。

お問い合わせやご意見等ございましたらどしどしとお寄せ下さいませ！

株式会社 ホーム企画センター  
フロンティア事業部長 古川 秀彦



Pickup①

ニュース

今回は、皆様にお馴染みの「日経ホームビルダー」7月号に気になる特集がありましたのでピックアップしてご紹介してみたいと思います。



日経ホームビルダー 7月号 P48,49より



エコ住宅への関心が高まり、「エコ」のワードはいまや家づくりには欠かせない要素になってきましたが、様々な場面で**思わぬトラブル**が生じてきているようです。中でも24時間換気のくだりは正に私たちが以前から危惧し啓蒙してきたこと・・・お読みになった方も多いたと思いますが抜粋してご紹介すると、**築8年全熱交換型のダクト式第一種換気システム**を採用した住宅にお住まいのお客様から**「家中がカビ臭い。何とかしてくれ！」**という相談を受け調査したところ・・・

**換気フィルターにはホコリや虫がびっしり！**

**「こびり付いたカビ」**が臭いの原因だったそうです。「8年間まったく掃除しないとこれほど悲惨な状態になるものか」と記事にあります、実際の写真でも目を覆いたくなる様な状態であることが見て取れます。



Pickup②

マーケティング

今号から何度かに分けて、住宅専門誌「**新建ハウジング**」編集長三浦祐成氏が提唱する**誠実マーケティング**から私たちが参考になると感じているところをピックアップして皆様にもご紹介したいと思います。

新建ハウジング別冊 住宅産業大予測2010より

マーケティングとは何か

[販売とマーケティングは違う]

- **マーケティング**：自社の前に見込み客を行列させる仕組み
- **販売**：見込み客に効率的に営業を行い契約を結ぶこと

[マーケティングの基本]

- **顧客をつくり、守る仕組み**
- 「誰に」「何を」「どうやって提供するのか」「どうやって顧客とその家を守るのか」を考え実務に落とし込むこと

一貫性が大事

[足し算の差別化]

差別化になりそうな工法や資材、ツールを取り入れた結果、一貫性が失われ、特徴・個性が薄まり、その他大勢に埋没する可能性がある

[引き算の差別化]

余分な枝葉をそぎ落として自社が一番大切にしている部分＝**強み・個性**を打ち出す→「**絞り込み**」を徹底する

**絞り込みが基本**

引き算の差別化を別の言葉で言うと「絞り込み」(フォーカス)になる。どう顧客とその家を守るのかを考えることは、絞り込みを徹底することとイコールだ。あれもこれもと手を出さず、絞り込むことが基本となる。誰に、何を、どうやって・・・絞り込めば絞り込むほど姿勢と考え方は洗練され、やがて仕組みへと昇華していく。 ～次号へ続く～

次号では価値観の集合体が「物差し」となり企業の「個性」になる。そして、なぜ物差しや個性が差別化になるのか。といったところをご紹介します。

熱交換は、換気の時に捨てられてしまう室内の暖かさや涼しさをリサイクル(熱回収)しながら換気するという点でエコなシステムと言えますが、健康や快適性と引き換えのエコでは本末転倒と言わざるを得ません。

では、どうすれば良いのでしょうか？

記事にはこう続きます・・・

**「カビの発生を防ぐには、定期的な掃除が欠かせない。フィルターは月に一回、熱交換素子は年に1～2回の掃除を勧めている。ただ、天井に設置した換気ユニットのフィルター掃除を面倒がる建て主は多い。そこで最近、換気ユニットからフィルターを取り外しやすい製品も増えている」とのこと。**

また、この記事のケースでは適切な位置に点検口を設けていなかったという初歩的ミスもあったようですが、そもそも点検口があっても建て主が掃除しなければ意味が無い。掃除の必要性を建て主に説明することはもとより、**メンテナンスが容易で安全に行えることが大事**とは「炭の家」の共同開発者である福島博士がいつも強くおっしゃっている言葉でもあります。

**「引き渡し時、建て主には定期的な掃除の必要性をきちんと説明しておきたい」と記事は締めくくられています。**しかし、記事では触れられておりませんが、ユニットから先のダクト内はどうなっているのか？掃除は可能なのか？という問題も次第に表面化してくるでしょう(フィルターは掃除しているはずなのに・・・)



**転ばぬ先の杖【24時間換気】** ※記事より

- **フィルターが詰まると結露が発生しやすくなる**
- **フィルター、素子ともに定期的な掃除は欠かせない**

日本中の家づくりに携わる方々がこの問題を直視し、対策された仕組みが普及することを願ってやみません。