

## 導入店最新情報

### 秋田県・佐賀県に「炭の家」が登場！

#### 東北エリア 〈秋田県〉



所在地 秋田県秋田市八橋本町3丁目18-33  
 創立 昭和43年1月  
 資本金 5,000万円  
 代表 代表取締役 佐々木克巳  
 HP <http://www.mutumi-w.co.jp>



**本気**

むつみワールド様は「お客様のむつみ合う家づくり、街づくりを通じて、社会資産の創造に貢献し、社員の物心両面の幸せを追求する」を使命として掲げ、お客様主義の徹底した「おもてなし」を実践されている企業様です。また、県産材である秋田杉を「新月期」に伐採し使用する住宅の研究や自社オリジナルブランドを多数お持ちでとても独自性豊かな企業様でもあります。今回「炭の家」の採用（全棟に標準化予定）により、健康面での付加価値を高め、お客様に選ばれる地域オンリーワンの企業を目指している。現在、既存モデルハウスを「炭の家」に改築中。9月中旬オープンの予定。

#### 九州エリア 〈佐賀県〉



所在地 佐賀県神埼市神崎町枝ヶ里331-1  
 創業 平成6年7月  
 資本金 4,000万円  
 代表 代表取締役 山崎清二  
 HP <http://www.place-home.co.jp>



プレースホーム様は九州で初めての「炭の家」を導入する企業様となります。企業理念を「人を大切にせず・安心・感動を与え続けます」とし、家づくりを楽しんでもらい、住んでからも永く安心して生活できる環境づくりを提案している企業様です。これまでも「無添加塗喰」など自然素材を用いたお客様が安心して暮らせる住環境を提供されていますが、この度「炭の家」の導入によりさらにその個性を強めていく。また、会社に隣接して設けた家づくりをリアルに体験できる「体験館PLUS」という施設がお客様に大変好評とのこと。現在、「炭の家」の新築に着手されており、九州で初めての「炭の家」誕生がとても楽しみです！



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. 14  
 2010  
 スミタイム

## TOPICS

- 発行のご挨拶
- ニュース  
 巨費の割に対策不備？  
 議員会館シックハウス
- 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  
 秋田県・佐賀県に炭の家登場！



Photo 当社モデルハウス 天然工房 O2



## お知らせ



### 新建ハウジングプラスワンに掲載されます

8月30日発刊の新建ハウジングプラスワン9月号に「炭の家」が掲載されます。ご覧頂き関心をお持ちになられた方は是非フロンティア事業部までお問い合わせください！

### ブログ始めました！

炭の家に関することも、そうでないことも「ほぼ毎日」更新しておりますので、ぜひご覧ください。



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/>



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.14発刊のご挨拶■

改めて言うのも何ですが、この夏の暑さは尋常ではありませんよね。私たちの住む北海道はカラッとした晴天が「売り」なのですが、今年は比較的に湿度が高く、空気が重く感じます。これも異常気象でしょうか？ このような天候が原因で、熱中症で倒れたり、亡くなってしまふ方の報道が流れています。思いのほか室内で亡くなる方が多いとか・・・ちょっと北海道では考えにくいですが、熱帯夜が続き、寝る頃にも気温、室温ともに30度以下にならない状況で、エアコンが無いお家では生命の危機にさらされることもあるとなると、私たちが従事する住宅業界で考えなければならないことも沢山あると感じます。今回の件だけではなく、今までお客様の責任でお願いしていた事の中に、室内の空気品質があります。お引き渡し時にどんなにきれいな状態でお引き渡ししても、その後、ずっときれいな空気を維持していくには換気の仕組み以外では考えにくいと感じます。私たちが提供する「炭の家」はお客様のライフスタイルに関係なく、常にきれいな空気を持続的に提供できる仕組みですし、室内の空気品質は、私たちの責任として取り組んでいかなければならない重要な問題であると考えています。

お会いした時には、ぜひ皆さまのご意見もお聞かせ下さい。

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

今回はこのニュースをピックアップ。

巨費の割に対策不備？議員会館シックハウス



衆参両院の新しい議員会館（東京・永田町）で、新築の建物の建材や家具などに含まれる化学物質の揮発で頭痛や吐き気に襲

われる「シックハウス症候群」の被害が出ていることが分かった。

民間のお手本となるべき国の建物で対策の不備が露呈した格好だ。

被害を訴えているのは、民主党政調会長代理の桜井充参院議員。桜井氏は七月下旬、新しい衆院議員会館を初めて訪ねた際、気分が悪くなった。桜井氏は同症候群に悩まされてきたが、新会館は「（他の新築よりも）化学物質のにおいがきついと思った。特に廊下は空気が抜けるところがない」と指摘。

【中略】

参院側は、桜井氏らの問い合わせに「国の指針値を超える濃度の化学物質は検出されていない」と説明。ところが、衆参両院は本紙などの指摘を受けて急きょ、三日から十二日までの十日間、両院の議員会館において早期に除去するため、夜間も空調機を運転し換気することを決めた。化学物質過敏症支援センター（横浜市）の広田しのぶ理事は「国の建物で症状を訴える人が出るとは驚き。

「シックハウス問題は終わったように言われるが原因は多岐にわたっており、患者は増えている」と話している。

引用：東京新聞 8月4日付

1700億円もの国民の血税を投入して作られた建物でシックハウス症候群の被害とは驚きました。指針値を超える化学物質は検出されていないと言っているようですが、誰を基準にどんな根拠によるものなのか良く分からないし、たとえそれを順守して建物を建ててもシックハウスになる人はなるとい現実があります。シックハウスは現在進行中の問題であり、この症状に悩まされている方が沢山いることを忘れてはいけません。いまのところこの問題を根本的に改善できるのは私たち「建物を提供する側の意識」でしかないのが現状です。

議員会館でのシックハウス症候群をきっかけに、化学物質が国民の身体に及ぼす影響について、議員たちがもっと積極的に考えてくれるようになることを願ってやみません。



Pickup②

マーケティング

価値観の集合体が「物差し」となり企業の「個性」になる

前回に引き続き“第2回目”となります。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ご紹介したいと思います。

理念・ビジョン・ポリシー

絞り込みのベースとなるもの、樹木のたとえでいうと根っこにあたるのが、「理念」「ビジョン」「ポリシー」です。根っこがしっかりしていなければ幹も枝葉もゆらいでしまいます。

理念 = 自社の存在価値・存在意義。

ビジョン = 自社が目指す将来像。

ポリシー = 家づくりのこだわり。

つまりは、何を目標として生きるのか、何をいい家だと考えるのかという「価値観」です。

この価値観の集合体が「物差し」となり、また企業としての「個性」となります。この物差しと個性で勝負するのが、引き算の差別化です。



物差し・個性が差別化に

なぜ物差しや個性が差別化になるのか。

それは、家づくりにこだわる人ほど、作り手が発信する物差しを自分の物差しと照らして共感・共鳴できるかを、作り手を選ぶ際の判断基準とするからです。また、価値観があやふやで個性が見えない社会や、足し算の差別化を進めすぎて個性が見えない会社は、「その他大勢」に埋没してしまい、住まい手、とくに「こだわる人」に見つけてもらうのが困難になります。「その他大勢」に埋没した会社は価格競争でしか差別化できなくなります。

つまり、あのハウスメーカーのエコハウス、あの工務店の自然素材の家、あのパワービルダーのローコスト住宅と同じ家をさらに安く、という声に応える生き方しかできなくなってしまいます。

ここから抜け出すには、価値観を明確化し物差しや個性をはっきり打ち出すこと、つまりは理念・ビジョン・ポリシーを強く持ち実務に反映させることが必要です。

引用：新建ハウジング別冊 住宅産業大予測2010

私たちのつくる家からシックハウスを出さない、お住まいになる家族の健康を守る家をつくりたい、との想いから生まれた「炭の家」。当時はまだそれが差別化されたものなのかどうか私たち自身気付いていなかった訳ですが、その想いが形になり他社にはない私たち独自の個性として沢山のお客様の共感を得ることで、結果として差別化になっていたというのが実際のところ。理念・ビジョン・ポリシーを羅針盤に一貫性のある家づくりをしていくことが大切だと私たちは考えています。 終