

「知恵の経営」 報告書



健康で快適な暮らしのために・・・

株式会社ブリーズ・カンパニー

目次

1	ごあいさつ	2
2	企業概要	3
3	ブリーズ・カンパニーの哲学	3
4	ブリーズ・カンパニーの事業構成と業績（過去から現在）	4
	Ⅰ．事業構成	4
	Ⅱ．業績	5
5	事業案内	6
	Ⅰ．事業の説明	6
	Ⅱ．健康住宅“そよかぜの家”の特徴	6
	（1）“そよかぜの家”を「健康住宅」と呼ぶ理由	6
	－体の健康のためのこだわり－	
	（2）心の健康のためのこだわり	10
	－生活レベルのデザインと居心地の追求－	
	Ⅲ．健康住宅“そよかぜの家”が完成するまで	14
	－お客様とのコミュニケーション－	
6	ブリーズ・カンパニーの知恵の経営	17
	Ⅰ．現在の知恵の経営の背景	17
	Ⅱ．現在の知恵の経営	18
	（1）当社の事業方針とビジネスモデル	18
	（2）現在の知恵の経営	19
	（3）健康住宅“そよかぜの家”への集中	19
	（4）家づくりの最適化を実現するマネジメント	20
	Ⅲ．ブリーズ・カンパニーの強み（知恵）	21
	（1）健康住宅を作る技術力	21
	（2）心の健康を実現する居心地の提案力	21
	（3）コーディネート力	22
	Ⅳ．ブリーズ・カンパニーの課題と克服策	22
	（1）知名度の低さ	22
	（2）受注の不安定さ	22
	（3）技術・ノウハウを経営資源として更に活用するために	23
7	今後の事業展開	24
	Ⅰ．将来の知恵の経営のビジョン	24
	Ⅱ．経営戦略1－既存の強みを伸ばす事業展開－	24
	（1）健康住宅としての品質を強化する取り組み	24
	－健康“増進”住宅を目指すための研究活動－	
	（2）新規顧客および既存顧客に対する情報発信力の強化	24
	（3）お客様カルテの作成による既存のお客様との関係強化	25
	Ⅲ．経営戦略2－新たな強みを育成するための事業展開	25
	（1）設計・監理事業	25
	（2）コンサルティング販売事業	25
	Ⅳ．業績	25
	（1）目標とする業績	25
	（2）目標とする業績の達成に向けた事業展開の管理指標	26
8	あとがき／知恵の経営報告書とは	27

ごあいさつ

弊社は、2007年12月に実質的なスタートを切ったばかりで、しかも現場を切り盛りするのは社長自身という小さな会社です。事業の内容は主に住宅をつくることですが、家づくりを通じて「健康で快適な暮らしを提供し、明るく豊かな地域社会づくりに貢献する」という大きな理念を掲げています。

当社は家づくりを、ただ工業製品としての「ハコ」をつくることではなく、そこで営まれる暮らしをつくることととらえ、つくる過程だけでなくその後何十年にもわたってお客様をサポートするシステムを考え、実践しています。このシステムは、お客様に喜んでもらうことはもとより、つくり手である地域の職人さんたちにとって好ましいものであり、その結果地域社会の活性化につながるという「三方よし」のシステムなのです。

かつては“棟梁”が職人たちを統括して地域の家を守ってきました。それは立派な建設会社ではなく一職人であり、どの地域にでもそんな存在がいました。時代は変わり、家づくりも分業化・技術開発が進み、これまでの“棟梁”では機能しなくなっていました。当社が目指すのは、現代の“棟梁”です。たった一人でも、豊富な経験・知識・情報を持ち、幅広いネットワークを駆使して家づくりを進め、さらに家づくりのプロセスの中で、多くの協力業者・職人さんにもものづくりの思いを伝え、お客様の心さえも動かす知恵こそが、当社の経営そのものです。

この報告書をまとめるにあたり、当社の取り組みを客観的に見つめなおし、自社の進むべき道を再認識しました。これをご覧いただいた皆様が、当社の取り組みに共感いただき、ともに明るく豊かな地域社会づくりに貢献することができれば幸いです。

株式会社ブリーズ・カンパニー
代表取締役 小川 哲史

2. 企業概要

社名（商号）	株式会社ブリーズ・カンパニー
本社所在地	京都府木津川市山城町綺田神ノ木5-3
設立	平成18年9月
代表取締役	小川哲史
事業内容	注文住宅事業、リフォーム・メンテナンス事業、健康グッズ販売事業、建設事業
ショールーム	京都府宇治市広野町尖山15-2
資本金	500万円
許認可	建設業許可：京都府知事（般-19）第37498号 一級建築士事務所登録：京都府知事（19A）第41202号 宅地建物取引業免許：京都府知事（1）第12656号

3. ブリーズ・カンパニーの哲学

<企業理念>

健康で快適な暮らしを提供し、明るく豊かな地域社会づくりに貢献する

健康で快適に暮らすためには、住み心地の良い住まいだけではなく、明るく健全なコミュニティと自然豊かな環境が欠かせません。

ブリーズ・カンパニーは、単に良い家を適正な価格で提供することにとどまらず、ものづくりのプロセスを通じて地域経済を活性化し、循環型社会に対応する健全なコミュニティの形成を目指しています。

その実現に向けて、下記の方針で事業を展開しています。

<事業方針>

安全・安心を第一に住まいの性能向上を図る

多様化する価値観の中で、循環型社会に対応するライフスタイルを提案する

地域に根ざしたものづくりのネットワークを構築し、技術の向上と次世代への継承を図る

4. ブリーズ・カンパニーの事業構成と業績（過去から現在）

I. 事業構成

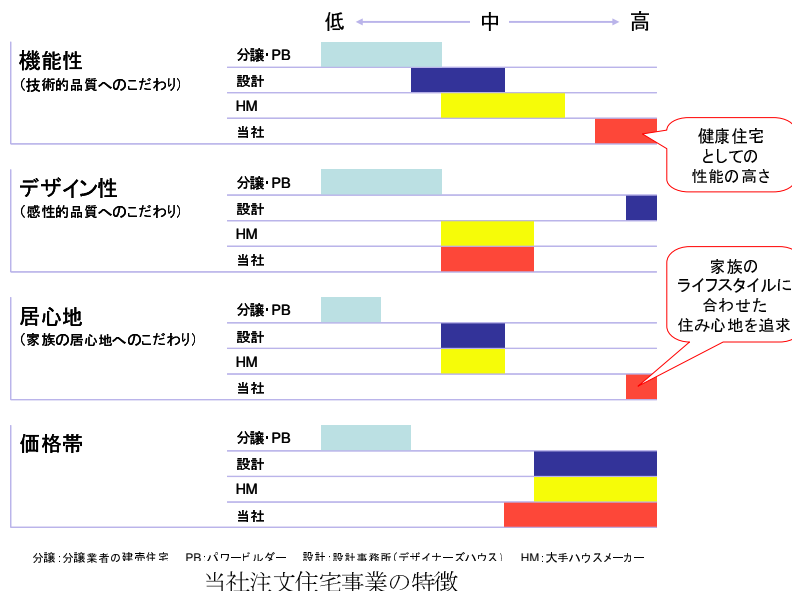
当社は、注文住宅事業、リフォーム・メンテナンス事業を主力事業として展開しています。また2009年からはそれらの事業との相乗効果を期待できる健康グッズ販売事業を開始しております。

注文住宅事業

この事業では、注文建築による新築戸建住宅の販売とリノベーション(全面改築)を行っています。

戸建住宅市場には、価格に優位性のある分譲業者やパワービルダー、デザイナーズハウスと呼ばれるデザイン性に強みを持つ設計事務所、機能やデザイン等のトータルバランスや知名度に優れる大手ハウスメーカーが参入しています。当社の近隣地域にもこれらの同業他社が多数あります。

こうした市場環境の中、当社では注文建築による健康住宅“そよかぜの家”を主力商品としており、それには次の3つをこだわりのポイントとしています。



- ①. 家族の体の健康にこだわる「健康住宅としての性能の高さ」
- ②. 家族のライフスタイルに合わせた住み心地を設計する「家族の居心地にこだわった家づくり」
- ③. 建材として集成材ではなく地域近隣で育成した木材を使用したり、省エネルギーに配慮した設計提案を行う「環境共生型の暮らしの実現」

当社の家づくりは、風雨をしのぐ単なるシェルターとしての価格優位性や、斬新なデザインを追求するものではありません。すなわち売り物としての住宅があって、それにご家族の住まい方を合わせるという発想ではありません。ご家族の健康や居心地の良さを感ずることができるような住まい方があって、それに合わせて住宅を建てるというアプローチであり、いつしか無くしてしまった家づくりの本来の姿を追求する発想です。これが当社の健康住宅“そよかぜの家”の特徴です。

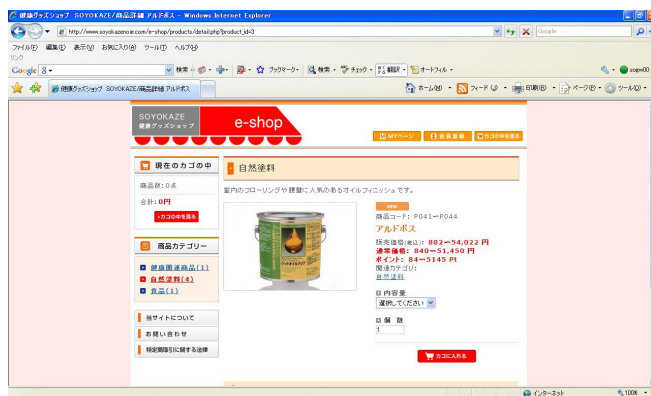
リフォーム・メンテナンス事業

この事業では、屋根・外壁の修理、水回りの修理・更新等を行っています。もちろんこのリフォーム・メンテナンス事業においても、住まわれるお客様の「健康」と「居心地」という観点を加味して修理等を行います。

健康グッズ販売事業

この事業では健康グッズ販売サイト“SOYOKAZE”を通じて様々な商品を販売して参ります。

例えば、健康住宅“そよかぜの家”をご購



入いただいたお客様に向けて、いつまでも居心地の良さを維持していただくためのメンテナンス用品を提供していきます。

また、健康住宅“そよかぜの家”のキーワードである“健康”や“居心地”に関連する商品を提供することで、お客様の様々な生活のシーンをサポートして参ります。

その他の建設事業

以上のほか、当社ではプラントや商業施設の設計、施工も行っています。また、宅地造成、開発工事等の工事監理、現場管理も行っています。

Ⅱ．業績

2008 年度における注文住宅事業の売上高は 7000 万円となりました。また、リフォーム・メンテナンス事業は 1500 万円となりました。これらの事業は、多くの同業他社と同様に、計画的に受注を獲得するのが困難であると言えます。今後、注文住宅事業については、当社の家づくりに対する考え方を広く知っていただき事業内容のより一層の差別化を図ることを通じて受注量を増やして参ります。それとともに、リフォーム・メンテナンス事業では、受注をできるだけ安定化させるための取り組みを進めてまいります。

なお、健康グッズ販売事業につきましては、事業開始後間もないため個別の開示を控えさせていただきます。また、その他建設事業につきましても本報告書では個別の開示を控えさせていただきます。

5. 事業案内

I. 事業の説明

現在、当社が行っている注文住宅事業、リフォーム・メンテナンス事業、健康グッズ販売事業について、全社売上高に占める割合の多少と、同業他社と比べた場合の特徴（特異性）の強弱とでタイプ分けすると、次のようになります。なおその他の建設事業は省略します。

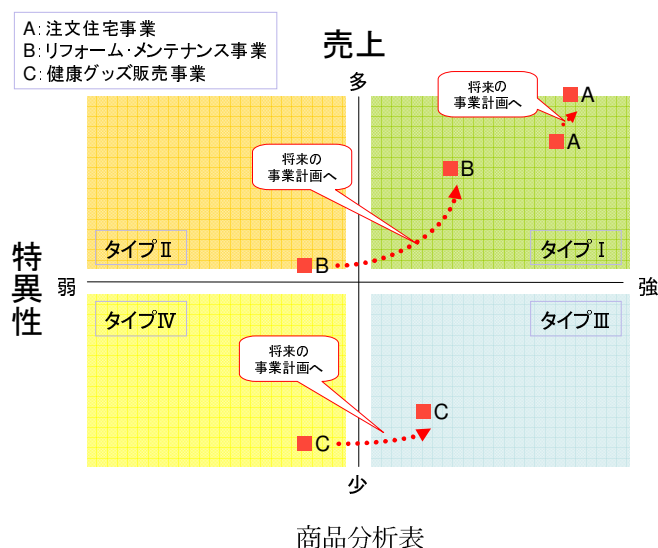
注文住宅事業（健康住宅“そよかぜの家”）

本事業は、お客様の“健康”と“居心地”に家づくりの価値軸をおく点で特異性があり、全社売上高に占める割合も高いという状況です。したがって本事業はタイプⅠ（売上が高く、特異性も強い事業）に該当します。

リフォーム・メンテナンス事業

本事業は、一定の売上高が出ているものの、同業他社との差別化要素に乏しいのが現状です。このためタイプⅡ（売上は高いものの、特異性が弱い事業）に該当します。

今後の事業展開としては、過去に販売した健康住宅“そよかぜの家”のリフォーム需要やメンテナンス需要のサイクルを管理することで、定期的な売上を見込むことができるようになって考えています。また、“健康”や“居心地”といった観点でのリフォームやメンテナンスの提案も行っていきます。



健康グッズ販売事業

本事業は、事業を開始したばかりで当社の売上に対する貢献割合は低いのが現状です。今後は、さらに健康住宅“そよかぜの家”のキーワードである“健康”や家族の“居心地”に関連する商品の品揃えを充実させ、提供していきます。これによって住宅販売後についてもお客様との関係を維持し、長期にわたりお客様の様々な生活のシーンをサポートして参ります。

以上のとおり、当社の売上に最も貢献しているのは注文住宅事業であり、その中核は健康住宅“そよかぜの家”です。そこで本報告書では、健康住宅“そよかぜの家”の具体的な特異性・特徴の把握を通じて、知恵の経営における当社の強みを明らかにし、その活用を検討していくこととします。

II. 健康住宅“そよかぜの家”の特徴

（1）“そよかぜの家”を「健康住宅」と呼ぶ理由－体の健康のためのこだわり－

①. 省エネ住宅から健康住宅へ

省エネ気運の高揚と住まいの産業革命－高気密・高断熱住宅の誕生－

1997年末の京都議定書の締結を機に省エネ気運が高まり、住宅の高気密・高断熱化が叫ばれました。ハウスメーカーはもとより一般の工務店も高気密・高断熱化に取り組みはじめ、「高気密・高断熱住宅」が普及するようになりました。

高気密・高断熱住宅は、家全体を断熱材ですっぽりと包むことにより、空調にかかるエネルギー消費が少なく、足もとから天井まで温度差の少ない空間を作ることができます。これにより、間仕切りのない大空間・大きな吹抜け・屋根裏空間の利用など、かつてない大胆な間取りを実現できる

ようになりました。このことから「住まいの産業革命」とも言われました。

住まいの産業革命の弊害

ところが残念なことに、高気密・高断熱はシックハウス症状という新たな問題を引き起こしました。これまでさまざまな対策が講じられていますが、必ずしも十分とは言えないのが現状です。

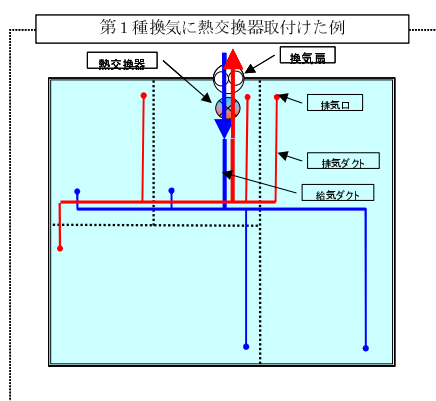
対策	課題
自然素材にこだわり、化学物質を一切使用しないでつくる無添加の家	家具・家電製品・包装資材・洗剤に至るまで家の中は化学物質を排出するものが沢山持ち込まれます。建材はもちろんのこと、それ以外にも気を配る必要があります。
漆喰・珪藻土・炭など、化学物質を吸着する素材を用いた家	吸着量には限界があります。素材の交換を定期的に行う必要があります。
風通しの良い間取りにし、昔のような生活に戻った家	住宅が密集する街中での生活において、プライバシーを守りながら実現することは困難です。

②. 健康のためのこだわり－「確実な計画換気」の実現－

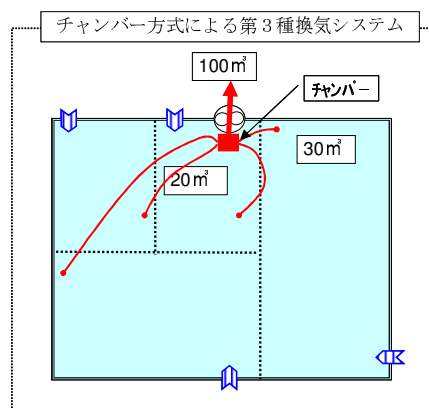
一般的な換気システム

2003年の建築基準法の改正に伴い、住宅の居室に機械換気設備の設置が義務付けられ、建物の内外の通気口に熱交換器を備える第1種換気システムを採用する企業もありました。

ところが、屋外から入ってくる空気を屋内の気温と同じにすることは不可能です。その結果、夏季の冷房時には、冷やされた屋内を通る給気ダクト内を暖かい外気が通ることになり、給気ダクト内に結露が生じる可能性があります。すると、掃除ができないダクトの中に付着した埃に水分が加わってカビやダニの温床となり、外気と一緒にそれらのハウスダストを各部屋に供給してしまうという恐ろしい現象を招くおそれがあります。



既存の換気システムの例



当社の換気システムの例

“そよかぜの家”の換気システム：

チャンバー方式の第3種換気システムによる「確実な計画換気」

当社の健康住宅“そよかぜの家”では、排気にだけダクトを使い、給気は外壁にあげた給気口から直接取り込みます。このため給気ダクトを通じて各部屋にハウスダストを供給するおそれは皆無です。給気口にはフィルターを取り付けますが、これは手軽に掃除できますので、室内の空気を汚す心配はありません。

排気ダクトに関しても特徴があります。「チャンバー」と呼ばれるボックスからたこ足状に排気ダクトを配管します。すると1本の排気ダクトを通る空気量が少なくなって通気抵抗を小さくできます。その結果、換気扇のモーターへの負担が軽減され、十分な換気能力を確保することができます。また、チャンバー以降の各排気ダクトが独立しており圧力損失が一定になることから、排気ダクト

の長さに応じて排気グリルの開度を調整することで、簡単に部屋ごとの換気量を設定することができます（「確実な計画換気」の実現。）。そして各部屋の使用状況等に応じた設定変更も容易です。

お客様と“そよかぜの家”とを熟知する設計者自身による「換気計画」の設計

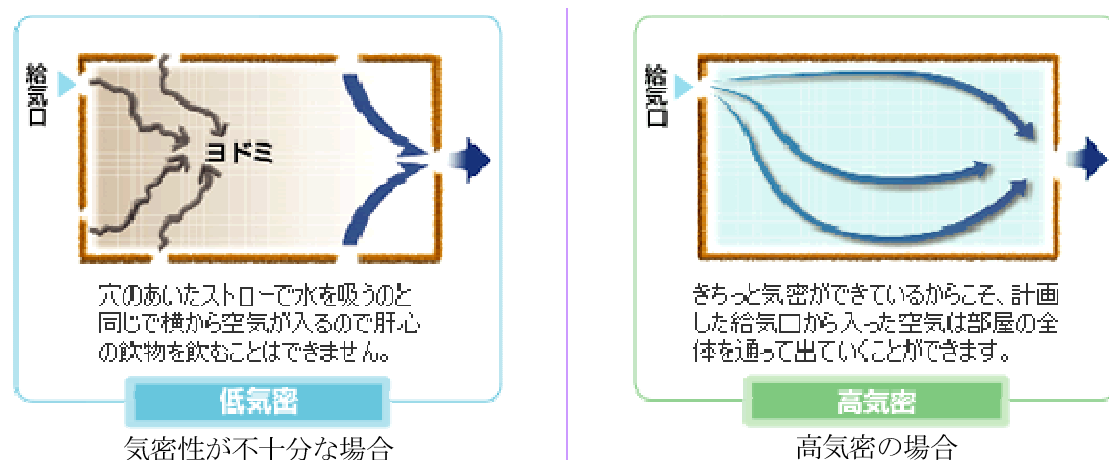
以上のような「確実な計画換気」を実現するために、当社では、“そよかぜの家”の設計者自身が各部屋の使用状況・吹抜けやロフトなどの空間構成・冷暖房システムとの兼ね合いを考慮して「換気計画」を設計します。

換気計画を立てるには、さまざまな情報と判断が必要です。たとえば、自然給気口の設置位置は、単に換気効率だけでなく、冷暖房設備との兼ね合いや意匠上の配慮が必要です。排気ダクトの経路は、梁を現したり吹き抜けを設けたりすると、通せるところが限られてしまいますし、最終排気位置は、隣接する住戸との関係、内外の音の問題にも配慮が必要です。さらに喫煙者の有無や卓上調理の想定箇所、人の集まることが多いか少ないかなど、お客様の情報を知った上でないと、部屋ごとの換気風量を適正に設定することはできません。

一般に、換気計画は、換気扇メーカーに一任されてしまうことが多いのですが、当社では“そよかぜの家”を熟知した設計者自身が換気計画を設計しますので、実態に応じた換気計画を策定することができます。

③. 確実な計画換気を支える気密性能へのこだわり－「高気密」の実現－

気密性能が十分でないと空気によどみが生じて家の隅々まで換気することができません。特に“そよかぜの家”が採用する第3種換気システムでは自然給気を行います。給気口から空気を取り入れるには、それ以外の部分がきっちりと密閉されており、住宅全体として気密であり、しかもその程度が高いことが不可欠なのです。



当社では、すべての現場において断熱・気密工事完了時点で気密測定を行います。気密性を表す指標には「c 値（隙間相当面積）」が用いられますが、当社では外部基準値よりも高い気密性能を確保するようにしています。これにより換気システムの能力を最大限発揮し、健康で快適な住まいを提供することが可能になります。

当社基準値	$c \leq 1.0 \text{ m}^2/\text{m}^2$ サッシの性能や建物のデザインに左右される部分が多いので“基準値”としています。実績値では0.4～1.8程度。
外部基準値 (住宅金融公庫の次世代省エネルギー基準)	$c \leq 5.0 \text{ m}^2/\text{m}^2$

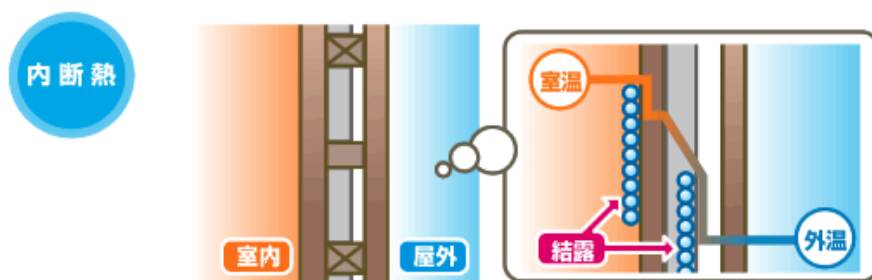
④. 健康のためのこだわり－外張り断熱工法による「高断熱」の実現－

結露を抑える外張り断熱工法

建材や家具などから出る有害化学物質ばかりがシックハウスの原因かと思われがちですが、それにもましてアレルギー症状の原因となるのがハウスダストです。ハウスダストとは家のホコリです。このホコリには、カビやダニとその死がいが多く含まれており、これがアレルゲンとなります。

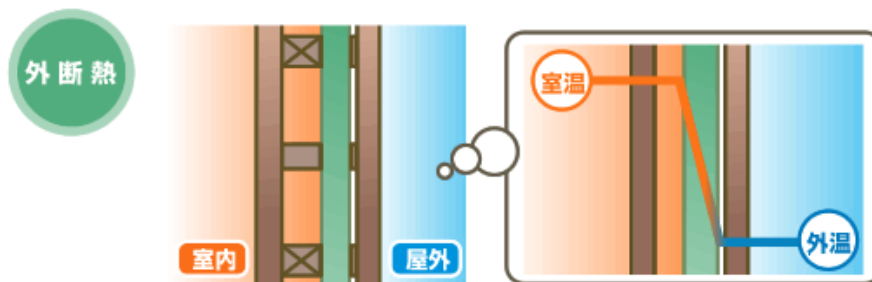
従来の工法では、壁の中で結露が発生する（内部結露）ため、目に見えない壁の中がカビやダニの温床となっていることが少なくありません。逆に、この内部結露を防ぐことができれば、ハウスダストを大幅に減らすことができ、健康な住まいとなります。

従来の「内断熱」では柱と柱の間にグラスウール・ロックウール・セルローズファイバーなどの繊維系断熱材を入れていました。ところが繊維系断熱材では内部結露が発生してカビやダニ発生の原因になってしまいます。また、断熱性を優先して断熱材の厚みを大きくすると通気が不十分となり、湿気が滞留して、大切な柱や土台を腐らせたりする恐れもあります。



内断熱工法

健康住宅“そよかぜの家”では「外張り断熱」（外断熱）とします。この方法は柱や梁といった構造材をまるごとすっぽりと外側から断熱材で包んでしまいます。これにより、断熱材を連続させることができ、断熱効果が向上します。また、大切な構造体を外気から守ることもできます。そして何よりも結露の心配がありません。



外断熱工法

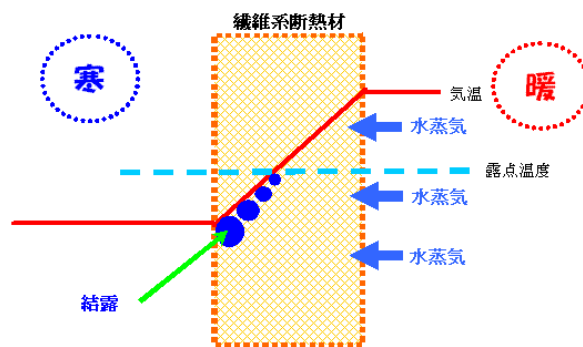
内部結露を生じない発泡系断熱材の使用

結露は空気中の水蒸気量が一定のもとでは、温度が露点温度を過ぎたところからはじまり、温度が下れば下がるほど多く発生します。図は、断熱材の種類と結露の発生をイメージしたものです。グラスウール・ロックウール・セルローズファイバーなどの繊維系断熱材では内部結露を生じてしまいます。

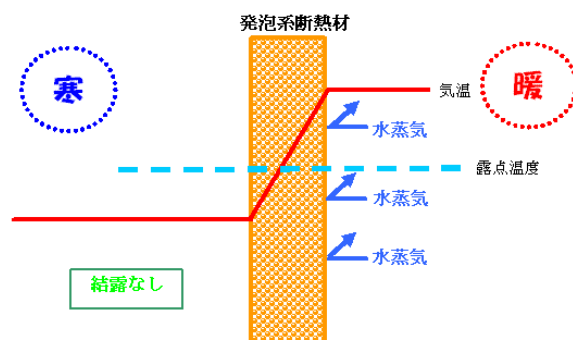
すぐに乾燥できれば問題はありませんが、冬季・夏期の期間中継続して発生し続けると、湿気がたまり断熱性能が低下するばかりか、周辺の木材などにカビを発生させ、さらにカビを餌にするダニも発生し、カビとその孢子、ダニとその糞・死骸がハウスダストとなって家の空気を汚し、健康を害する恐れがあります。

これに対して、健康住宅“そよかぜの家”では、表面を防水処理した発泡系断熱材を使用しています。したがって水蒸気が断熱材の内部に侵入することを防ぐことができます。露点温度を通過す

るところに水蒸気がないわけですから結露の心配がありません。当社では、発泡系断熱材によって内部結露のない健康な住まいを実現しています。



繊維系断熱材を使用した場合の内部結露発生のメカニズム



発泡系断熱材を使用した“そよかぜの家”の内部結露防止のメカニズム

(2) 心の健康のためのこだわりー生活レベルのデザインと居心地の追求ー

健康住宅は、確実な計画換気、高気密、高断熱を支える技術によって実現します。ところが、住む人が快適だと感じるのは“居心地”の良さです。では“居心地”を良くするにはどうすればよいのでしょうか。

当社が考える居心地の良い住まいは、住む人によって異なります。設計段階から、お客さまとコミュニケーションをとりながら一緒に家づくりを進める中で、お客様の価値観をさぐり、その家族ならではの居心地の良い空間を提案していきます。

以下では、心の健康に必要な居心地を追求する次の3つのポイントを説明します。そよかぜの家は、それらのポイントを組み合わせることで、お客様ごとに異なる居心地の良さを形にしていきます。

- ① ライフスタイルのデザイン
- ② 自然素材
- ③ 職人の手仕事

①. ライフスタイルのデザイン

お客様は、ライフスタイルをイメージすることで、住まいに新しい価値を見出すことができます。たとえば・・・

○子育て世代の暮らし



ナチュラルインテリアが大好きな
なかよし家族の暮らし

- ペットにも人にも快適な暮らし
- 環境に配慮したエコな暮らし
- ご両親と一緒に二世帯の暮らし
- 薪ストーブや家庭菜園のあるスローな暮らし
- 週末はホームシアターを楽しむ趣味の暮らし

・・・など、家族の数だけライフスタイルはあるはずです。そして年月の経過によってそれも次第に変化していくことでしょう。こうした要望をお客様とのコミュニケーションを通じて引き出します。通常は、幾つかの要望の組み合わせになることが多く、それらの複合的な要望をすり合わせて設計に落とし込む提案力が当社の設計力の見せどころです。ここでは上記のライフスタイル別に幾つかの参考例を説明します。

子育て世代の暮らしに合った“そよかぜの家”

●ポイント1：家族の集まる場所をつくる

子育て世代の家づくりのポイントは、お母さんが家事をしているすぐそばに、子供の居場所を作っておけることです。

“そよかぜの家”では、ダイニングテーブルを勉強机と兼用できるようにしたり、リビングに小さいテーブルやカウンターを備え付けたり、子供のおもちゃやちょっとしたものを片付ける収納スペースをそれらの近くに設けたりして、設計にちょっとした工夫を取り入れます。重要なポイントは、子供にとっての居心地を良くしてあげることです。子供部屋に引きこもるより、家族と一緒に空間にいる方が楽しくて快適に過ごせるように家族のコミュニケーションの中心となるスペースを設けるように提案します。

●ポイント2：階段の位置・吹抜空間

“そよかぜの家”は、換気性能、気密性、断熱性といった住まいの基本性能を高めています。このため、ロフトや吹抜といった空間も、冷暖房の効率を心配することなく自由に作ることができます。つまり、屋根裏から床下まで±1℃程度のほとんど温度差のない空間を作ることができ、快適に過ごすことができます。

玄関から入ってすぐに階段があって、そのまま2階の子供部屋に入れるような間取りが、今までは多かったのですが、“そよかぜの家”では階段をリビングにもつてくることもできます。そうすることで、「ただいま」「おかえり」の挨拶が当たり前になり、そこで一言言葉を交わすことができます。また、友達が遊びに来た時も、家族と顔を合わせるようになりますから安心です。

リビングに吹き抜けがある“そよかぜの家”では、天井の高い開放的な空間になりますから、“居心地”は格段に良くなります。また、吹き抜けを通して、2階の部屋の気配を感じることもできます。

●ポイント3：感性を刺激する住まい

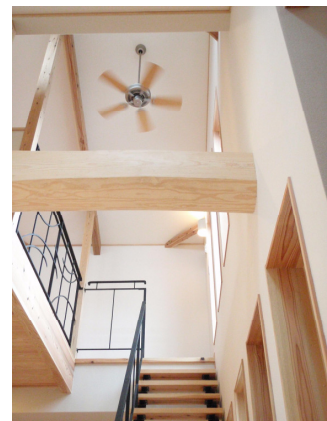
成長段階の子供が暮らす家が、刺激的な空間であれば、子供の感性も豊かになります。

たとえば、床材に節のある無垢のフローリングを使う“そよかぜの家”では、見た目にもランダムな節が刺激になり、凸凹な表面が足の裏を刺激します。

あるいは、壁や天井の色づかいについて、ワンポイントでパステルカラーを入れた“そよかぜの家”では、色彩感覚が豊かになります。吹き抜けなど縦横に広がりのある空間や、木の香りなども、感性を刺激してくれます。“そよかぜの家”では、お客様に応じてこうした感性を刺激するような空間を実現することが



リビング階段の例



“そよかぜの家”の施工例



“そよかぜの家”の施工例

できます。

○薪ストーブのある“そよかぜの家”

●ポイント1：どこに薪ストーブを置くのか？

薪ストーブは、今やスローライフの花形的存在で、徐々に設置する人も増えてきており、“そよかぜの家”でも施工実績があります。また、当社ショールームでは、実際に薪ストーブを使用していることから、その使い方についてもお客様をサポートすることができます。

薪ストーブは全面から輻射熱を放出します。したがって熱効率を考えると家の真ん中に置くのが一番です。薪ストーブを家族だんらんの中心に据えるようにする場合にも、真ん中に設置するのが良いと言えます。

また、薪ストーブ自体の大きさのほかに、ある程度のクリアランスが必要ことから、直径1.5m程度のスペースが必要になります。“そよかぜの家”では、薪ストーブを設置する上で考慮しておくべき様々な事柄を、最初の段階から設計条件に盛り込んでいます。さらに、家の外には薪を保管するスペースも設計条件として考慮します。



“そよかぜの家”の施工例

●ポイント2：換気計画との関係

当社ではきめ細かな換気計画を自社で策定しています。自社で換気計画を策定するため、薪ストーブを設置するときは、焚きつけ時のにおいの排出なども考慮して換気ルートを設定するよう配慮しています。薪ストーブを燃やすと、大量の空気が必要になりますから、給気アダプター付きの機種を使用するようお客様に推奨し、計画換気を維持するようにしています。また、断熱性の高い“そよかぜの家”は、輻射暖房との相性が抜群です。ストーブ一台で、家中を快適な温度に暖めることが可能です。

○ペットと暮らす“そよかぜの家”

●ポイント1：室内飼育の問題点と対策

ペットの種類にもよりますが、ペットと暮らすと次のような問題点が浮かび上がります。

- ①…ペットのにおい(体臭・糞尿臭)
- ②…音(鳴き声)・傷
- ③…家の汚れ
- ④…抜け毛

①について、“そよかぜの家”ではトイレやベッドの配置などを考えた換気計画を策定することで、においの広がりを防ぎます。

②について、“そよかぜの家”は高気密・高断熱ですので、遮音性も良さほど心配はいりません。

③については、傷が付にくい硬い材料にすることが有効ですが、ペットの側からすると、滑りやすく歩きにくいものになってしまいます。無垢のフローリングなどの柔らかい素材にして、傷を許容するか、部分的にラグを敷くなどもよいでしょう。逆に、カーペットなどはペットにとって歩き易いのですが、汚れが染みつき易く、ダニなどの発生も心配されるので、あまりお勧めできません。部分的に張り替えもできるコルクタイルを提案することもあります。

④については、まめに掃除をする、抜け毛しないようにブラッシングをまめにするしかありません。そよかぜの家の工夫としては、ブラッシング用のスペースを作ったり、掃除がしやすいように置き家具を少なくするなど考慮して設計します。

●ポイント2：ペットは暑さに弱い

一般に飼われるペットは暑さに弱いです。人間のように汗腺が発達していないので、暑いとよだれを出して体温を調整するしかありません。お腹の毛が薄いので、冷たいタイルや石の床を設けるようにすると、そこに寝そべて体温を下げるができます。真夏にペットを置いて出かける時などは、エアコンをかけておかないと熱中症になる恐れもあります。“そよかぜの家”は、高気密・高断熱ですので、安いランニングコストで家全体を24時間冷暖房することができます。24時間空調のきいた高性能の家が、ペットにとっても暮らしやすいことは言うまでもありません。

②. 自然素材

織物・土・木などのいわゆる自然素材には、さまざまな癒し効果があります。節のあるムク材フローリングは、表面がいびつであるがゆえに足の裏を刺激します。壁の左官で仕上げた饅あとが、視覚に揺らぎのリズムを与え、木や織物や土といった素材の香りが、まるで森の中にいるかのような安らぎを与えてくれます。



塗壁

自然素材を使えば、有害な化学物質を出さないからそれだけで健康だという乱暴な業者もありますが、そうではありません。たとえば、桧の持つヒノキチオールはシロアリなどが嫌う香りであると同時に濃度が過ぎれば人体にも有害です。そばアレルギーの方がおられ



杉フローリング

るように、桧や杉のアレルギーもあります。決して自然素材は万能ではないのです。当社では、あくまで基本性能を確保したうえで、さらにアロマテラピー効果や視覚的なぬくもり・やわらぎの効果のために自然素材を使用します。



竣工の記念に塗壁に付けたご家族全員の手形

③. 職人の手仕事

自然素材を使うとき必要なのが職人さんの技です。素材の特性を生かすためには、熟練の技とカン（勘、感）が不可欠です。しかし、いくら熟練の技をもってしても、消すことのできない欠点を素材は持っています。たとえば、ムクの木材は湿度や温度によって、伸び・縮み・割れ・そり・曲りなどが生じます。このような性質を欠点とは捉えず、職人の手で素材の持つ特性や面白さとして上手く利用し、それをお客さまにしっかりと伝えて理解していただくことも重要です。

自然素材のテクスチャーをまねた工業製品は多数ありますが、本物は存在感が違います。職人さんが心をこめた手作りの“証”が、世界に一つだけの家をかたちづくり、お客様にご満足いただくことができます。



職人技による金輪継



職人技による追掛大栓継



職人技が活きる化粧梁



そよかぜの家の施工例

Ⅲ. 健康住宅“そよかぜの家”が完成するまで—お客様とのコミュニケーション—

当社の健康住宅“そよかぜの家”は、以上のように健康住宅としての基本性能を保持しつつ、お客様のライフスタイルに合わせた家づくりを提案するという、きわめてお客様ごとの個別性が高い住宅です。

お客様は、ライフスタイルをイメージすることで、住まいに新しい価値を見出すことができます。理想のライフスタイルがイメージできれば、どうしても家が欲しくなります。それも当社が提案した家でなくてはなりません。つまり、お客様に合ったライフスタイルを盛り込んだ複数のプランを提示するようになった段階で、他社との競合はなくなり、お客様との信頼関係で契約に至ることになります。あるお客様のケースでは、最終的に当初の予算額の約2倍で契約し施工した事例があります。

綿密なコミュニケーションを通じて、家づくりからライフスタイルを提案するというアプローチは、単に他社との差別化という意味があるだけではありません。むしろ、お客様との信頼関係の構築という、ものづくりの本来の在り方を取り戻す手法でもあるのです。ここではお客様とのコミュニケーション手法の概要をご紹介します。

行間を読み込んでいくお客様とのコミュニケーション

お客様の側で、自分のライフスタイルを明確に意識し、理想の家のイメージを作り上げることはほとんど不可能です。当社では独自のコミュニケーション手法により、お客様が抱く潜在的な要求をできる限り掘り起こしていき、多くの選択肢の中から優先順位をつけ、予算に合わせた最高の提案をしています。

①. 第1ステージ：お客様からのアプローチ

まずは、メールや電話などお客様からのアプローチによってコミュニケーションがスタートします。ショールームでは見学だけでなく、施工事例の紹介や、住まいの進化・ライフスタイルにあわせた家づくりの素晴らしさについて熱く語りかけます。

また、当社が特にこだわりを持っている“換気”と“結露”については、一般の方にもわかりやすく解説した小冊子を作成したり、“健康住宅セミナー”と称した家づくりの勉強会なども開催し、お客様との信頼関係の構築に努めています。

当社では、こちらから「プランを作らせてください」、「見積りさせてください」というアプローチは一切していませんが、「自分だけの家を建てたい」と感じていただくことで、お客様の方から設

住宅は、全く同じ間取り・カタチでも使用する材料や工法によって倍以上の差が生じます。これまでに得た情報をもとに、基本仕様を設定し積算（見積）を行います。後で予算を調整しながら仕様変更を行うため、部位ごとに細かく積算します。また、法律上の規制や構造チェックも漏れがないように確認します。

設計図・見積書・その他プレゼン資料をもとにご説明します。必要に応じて、予算調整・仕様変更を行い、見積書を再提出します。ここで通常であれば値引き交渉があるところですが、予算の調整は仕様の変更で行います。あくまでもお客様・当社・職人さん（協力業者）がそれぞれを尊敬しあう関係で進めることが、ものづくりの基本であるという姿勢を貫きます。

⑤. 家を建ててからがお客様との本当のお付き合い

当社のようなプロセスで家づくりを行う場合、最初のアプローチから家の完成までに1年以上を要することもしばしばです。しかしながら当社の家づくりは工事の完了で終わりません。なぜなら、完成した家は、お客様にとって大切な世界に一つの家であると同時に、家づくりにかかわった職人さんたちの大切な作品の一つと考えているからです。自分たちがお客様と心を通わせて一生懸命作った家は、出来上がってからもきっちりとメンテナンスし、長く使ってもらいたいものです。引渡後も、当社がコーディネーターとして、協力業者のネットワークを生かし、メンテナンスをしています。

6. ブリーズ・カンパニーの知恵の経営

1. 現在の知恵の経営の背景

当社は、2007年12月に実質的なスタートを切ったばかりで、しかも現場を切り盛りするのは社長自身という会社です。このため当社の知恵の経営は、これまでの社長自身の様々な経験や、長年に亘って築いてきたお客様や協力業者などの対外的なネットワークに大きく依存しています。

そこでここでは当社社長のこれまでの経験等をご紹介しますことで、後述する現在の当社の知恵の経営の背景について説明して参ります。

大手アパレルでの勤務経験

当社社長は大手アパレルでの勤務経験があります。そこではデザイナーたちが、服飾だけではなくあらゆる面にアンテナをはり日々情報収集を行ない、トレンド分析をし、その上で流行の先端をいく「デザイン」を考案する姿を日々目の当たりにしていました。この経験が、専門分野はもちろんのこと、それ以外の様々な分野についても積極的に情報収集を行う背景となっており、現在も健康住宅“そよかぜの家”の家づくりに活かされています。

地元工務店での勤務時代

大手アパレルでの勤務後、当社社長は木造注文住宅を中心に受注する地元工務店に勤務しました。

地元工務店では、現場監督として地域の木造注文住宅の施工現場に数多く立会いました。そこにはまだまだ地域の伝統的な工法や技術が活かされていました。現場を体験することで職人の技や伝統技術のよさを知りました。棟梁や親方と人間関係ができ、職人とのネットワークを作ることができました。

また、地元工務店勤務時代には一級建築士はもとより、宅地建物取引主任者、一級土木施工管理技士、インテリアコーディネーターなど、住まい作りに関連する知識の習得と資格取得に務めました。もちろん大手アパレルで勤務していた頃と同様に、専門分野に偏らない情報収集も継続していました。

“健康住宅”という発想の原点

1998年頃にシックハウスになられた方とお会いし、住まい方をお聞きしたところ、共働きで昼間は家を閉めきり、自宅にいるのは休日と夜だけという生活をされていました。どんなに自然素材を使っても、化学物質を100%排除して家を建てることは困難であり、また化学物質は家具や家電製品等からも持ち込まれます。使用する材料や風通しに配慮しても、住まい方によっては健康を害する恐れがあることに気がしました。

この経験から、家は住む人が健康に過ごせることに価値があり、健康に過ごす住空間を実現するには「確実な計画換気」が必要だと考えるようになりました。

確実な計画換気、高気密・高断熱の高性能住宅—健康住宅“そよかぜの家”の誕生—

そのころ、地球温暖化防止のために住宅の省エネ化が求められるようになり、高気密・高断熱を実現する工法が実用化されはじめました。これにより、住宅の性能においては「住まいの産業革命」というべき大きな変化をもたらしました。しかしその反面、高気密高断熱化と同時に組み込まなければならない、確実な計画換気や結露防止については、十分な対策が講じられておらず、後のシックハウスの急増につながるようになります。

当社社長は、当時からそのことに疑問を感じ、家づくりにあたっては、省エネよりも住む人の健康を第一に考える方針としました。すなわち、ゼロにすることが困難な有害物質を確実に排出する「計画換気」を徹底する家づくりから始めました。

そして、換気システムの研究を重ねていく中で、適正な計画換気を低コストで確実に行うために

は、高い気密性が必要であり、そのためには外張り断熱工法が有効と考えたため、これを取り入れることにしました。この工法は、壁の中で起こる結露（内部結露）の防止にも有効であり、高气密と同時に結露を抑制することもできました。

外張り断熱工法については様々なメーカーが断熱材を提供しており、中にはフランチャイズに加盟すれば施工ノウハウなども提供して貰えるメーカーもありました。しかしながら、フランチャイズに属しては、これまで研究を積み重ねてきた「確実な計画換気」を実現する設計ノウハウを活かせないと考え、特定のメーカーのフランチャイズに属さずに検討を重ねてきました。こうして独自の工法による健康住宅“そよかぜの家”を考案しました。

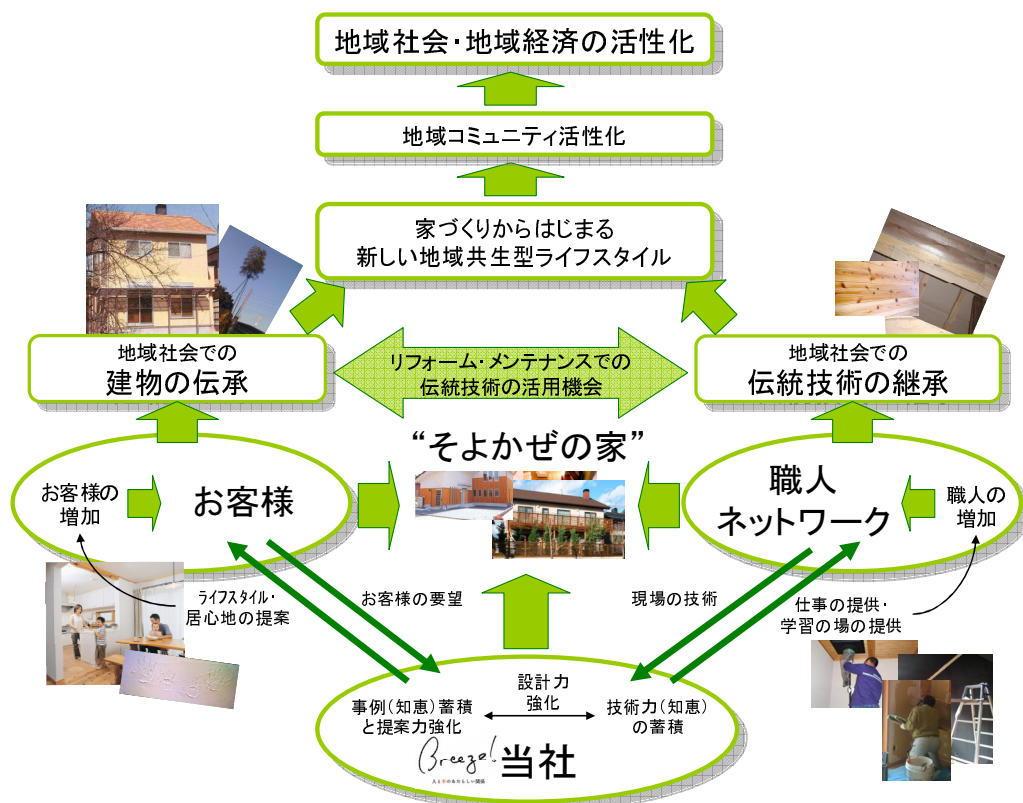
II. 現在の知恵の経営

(1) 当社の事業方針とビジネスモデル

当社は次の3つを事業方針として掲げています。

- ①. 安全・安心を第一に住まいの性能向上を図る
- ②. 多様化する価値観の中で、循環型社会に対応するライフスタイルを提案する
- ③. 地域に根ざしたものづくりのネットワークを構築し、技術の向上と次世代への継承を図る

そして当社のビジネスモデルは、これらの事業方針をすべて反映させた次のような全体像となっており、これに沿って個々の事業を展開しております。



当社が、健康住宅“そよかぜの家”を提案しお客が増えると、地域にはそこに住まう人と建物が増えます。そして当社にはお客様の要望に関する具体的な事例を蓄積することができます。

また、お客が増えることで職人に仕事を提供することができ、現場での技術伝承のための教育の機会もつくることができます。このため地域には、お客と身近な職人さんたちによって地域の

以上のような当社のビジネスモデルは、「家づくりからはじまる新しい地域共生型ライフスタイル」を提案するものです。そしてこのビジネスモデルの実践によって、地域に活気ある人々の暮らしがあり、人と人との活発なコミュニケーションを通じて地域コミュニティが活性化し、ひいては地域社会・地域経済の活性化に寄与しようとするものです。これはお客様に喜んでもらうことはもとより、つくり手である地域の職人さんたちにとって好ましいものであり、その結果地域社会の活性化につながるという「三方よし」のシステムなのです。

当社は、起業以降これまで、このようなビジネスモデルに基づいて健康住宅“そよかぜの家”に集中し事業を展開して参りました。この結果、現在の当社の知恵の経営は次のように整理することができます。

理念・方針	マネジメント	技術・ノウハウ	商品・サービス	業績
【企業理念】 健康で快適な暮らしを提供し、 明るく豊かな地域社会づくりに 貢献する ↑ ↓ 【事業方針】 安全・安心を第一に住まいの性 能向上を図る ↓ 多様化する価値観の中で、循環 型社会に対応するライフスタイル を提案する ↓ 地域に根ざしたもののづくりのネッ トワークを構築し、技術の向上 と次世代への継承を図る	【健康・居心地追求の事業スタン ス】 ●健康・家族ごとの居心地を尺 度にしたオン・オフの家づくりの 追求 ●フランチャイズに属さず自主開発 を貫く事業姿勢 ↑ ↓ 【専門分野に偏らない情報収集 活動】 ●ライフスタイル、健康、多世代、異 業種 ↑ ↓ 【顧客／潜在顧客への自己開 示型の情報発信】 ●ブログによる情報発信 ↑ ↓ 【プロジェクト別職人アローバ チームの編成】 ●専門分野、地域性を考慮した 職人チームの編成 ↑ ↓ 【技術伝承活動】 ●若手職人へのOJT教育と技 術承継の意識共有 ●地域職人へのOJTによる技 術承継	【技術力】 ●健康住宅の高い基本性能を 実現する3つの基本技術 ①確実な計画換気を実現する 換気計画、換気システムの設計 力と設計ノウハウ ・自社設計率100% ②高気密化技術 ・一般的な外部基準値の1/5 の高気密性を基準とする当社 基準値(c値$\leq 1.0\text{cm}^2/\text{m}^2$) ③高断熱と結露防止を実現す る外張り断熱工法 ・室内温度差$\pm 1^\circ\text{C}$ ↑ ↓ ●居心地・ライフスタイルを住宅仕様 として形にする設計力と設計ノ ウハウ 【お客様とのコミュニケーション力】 ●お客様ごとにカスタマイズしたライ フスタイルを引き出す設計プラン作 成シートへの情報管理 ●健康・ライフスタイルを軸にしたお 客様への設計提案 ↑ ↓ 【地域職人とのネットワーク力】 ●自然素材の扱い方のノウハウを 保有する職人ネットワーク ●地域伝統技術を保有する職 人ネットワーク ↑ ↓ ●既存のお客様ネットワーク ●経験に基づく豊富な商品知識	【注文住宅事業】 健康住宅“そよかげの家”の特 徴 【体の健康】 ●健康住宅としての高い基本性 能 ・クリーンな空気環境＋結露防止 によるハウスダスト抑制＋室内温 度差小) 【心の健康】 ●3つの視点で家族ごとの居心 地を追求したオン・オフ仕様 ①家族のライフスタイルに適合 ②五感を刺激する自然素材の 活用 ③ぬくもり感のある職人の手 仕事 【建築工法】 ●地域伝統技術を活かす木造 軸組工法 ↑ ↓ 【リフォーム・メンテナンス事業】 (差別化に乏しいリフォーム・メンテ ンス) ↑ ↓ 【健康グッズ販売事業】 ●健康住宅“そよかげの家”に 合うプロ(当社)が選んだDIY 志向のメンテナンス商品群	【注文住宅事業】 売上高7000万(2008年) ↑ ↓ 【リフォーム・メンテナンス事業】 売上高1500万(2008年) ↑ ↓ 【健康グッズ販売事業】 (非公開)
20 / 5	30 / 4	30 / 2	20 / 3	影響度(100%)／満足度(5段階評価)
4.0	7.5	15.0	6.7	努力指数 (影響度／満足度)

19

起業後は健康住宅“そよかぜの家”の事業展開に集中することで、お客様とともに家族の健康や居心地を尺度にしたお客様にとっても当社にとってもオンリーワンの理想の家づくりに注力してきました（【健康・居心地追及の事業スタンス】、【注文住宅事業】健康住宅“そよかぜの家”の特徴）。また、お客様にとっての理想の家づくりに近づくために、ライフスタイル、健康等、暮らしにまつわる情報収集活動も継続してきました（後記表参照。【専門分野に偏らない情報収集活動】）。

この結果、当社には、確実な計画換気を実現する換気計画、換気システムの設計力と設計ノウハウ、高気密化技術、外張り断熱工法といった、健康住宅“そよかぜの家”を設計・施工するための技術やノウハウ、そして居心地やライフスタイルを住宅仕様として形にする設計・施工に関する技術やノウハウを蓄積、活用、更新してきました（【技術力】）。

今後はこれまで蓄積してきた技術やノウハウを当社固有の強みとしてさらに活用していく方針です。「技術・ノウハウ」における満足度の低さ（努力指数の高さ）は、その活用余地がさらにあることを表しています。

【専門分野に偏らない情報収集の例】

業界情報	・業界誌：4～10冊／月 ・関連書籍：1～2冊／月 ・インターネット上のニュースサイト：常時 ・各メーカーからの情報：常時 ・雑誌記事等の情報：常時
ライフスタイル（衣・食・住・遊） 健康	・新聞：適宜 ・テレビ：適宜 ・インターネット上のニュースサイト：常時 ・新製品紹介雑誌、子育て雑誌など多種多様な雑誌：4～6冊／月 ・関連書籍：1～2冊／月
芸術、文化、伝統	・関連書籍：1冊／月 ・施設見学4～5回／年
異業種交流	・業種、世代、地域性などにおいて多様な方々と交流
研究会、学会、講習会	・建築、建設、その他：6～10回／年

（4）. 家づくりの最適化を実現するマネジメント

①. プロジェクト別アメンバーチームの核として

当社には専属の職人がおりません。また営業担当者、設計担当者等もおりません。そのため、お客様の住まいが完成するまでに必要な設計・施工は、当社の社長自身及び社長が施工内容に適した職人を編成するプロジェクトチームによって対応します（【プロジェクト別職人アメンバーチームの編成】、【地域職人とのネットワーク力】）。

このチームはプロジェクトに応じて構成される職人と専門家によるアメンバーチームです。プロジェクトごとに構成を変更するので、余分なコストがかからず、限りある家づくりの予算を有効に使うことができます。

施工にあたっての受注形態も従来の請負形式だけでなく、分離発注や専門職人派遣など、さまざまな発注形態にも柔軟に対応できるようになりました。

【伝統技術を扱う職人ネットワーク】

大工・・・13人	表具・・・1人
左官・・・5人	建具・・・2人
屋根・・・6人	塗装・・・3人
板金・・・2人	

【協力業者のネットワーク】

屋根工事 4社（伝統技術）	解体工事 3社	内装工事 2社
左官工事 3社（伝統技術）	鉄筋工事 3社	塗装工事 2社
大工工事 6社（伝統技術）	とび工事 2社	サッシ工事 3社
板金工事 2社（伝統技術）	土工事 5社	畳工事 2社
建具工事 3社（伝統技術）	型枠工事 2社	造園工事 2社
表具工事 2社（伝統技術）	鉄骨工事 3社	外構工事 2社

②. 地域の伝統技術を伝えていく職人との協力体制の構築

建築にかかわる職人の世界は今でも「徒弟制度」的な人材育成システムが健在です。親方は弟子に仕事を“教える”ことはしません。仕事は現場で親方や先輩職人のやり方を、真似ながら学ぶものです。ですから若い職人を育てたいと思っている棟梁や親方は、地域の伝統技術を学ぶ建築現場の減少に危機感を持っています。

当社は、職人を単なる協力業者として位置付けるのではなく、そうした危機感を持っている棟梁や親方と互いに協力して地域の伝統技術を伝承するための協力関係を築いています。すなわち、当社が地域伝統技術を必要とする家づくりの現場を提供することで、所属する棟梁や親方の違いを超えて、できるだけ多くの若手職人がその現場から伝統技術を学び合えるように配慮しています（【技術伝承活動】、【地域職人とのネットワーク力】）。

こうした配慮から当社の職人ネットワークは、住まいの完成度の高さと技術継承を両立させるため、職人の世代が偏らないように配慮しており、そういった人員構成の棟梁や親方との協力関係を重視しています。

Ⅲ. ブリーズ・カンパニーの強み（知恵）

当社の強みは、①健康住宅を作る技術力、②居心地の提案力、③コーディネート力です。

（１）健康住宅を作る技術力

健康住宅“そよかぜ家”は体の健康と心の健康を実現する住まいであり、それを支える技術要素は以下の３つです。それらの技術要素を住宅設計に反映し、きちんと施工できることが当社の知恵としての技術力と言えます。

①. 確実な計画換気システムを実現する換気計画、換気システムの設計力と設計ノウハウ

当社の換気システムの特徴は、家族が集るリビング、夫婦の寝室、高齢家族の部屋など部屋別の用途等お客様の情報をしっかりと考慮に入れて、その上でそれにふさわしい換気量が調整できるところにあります。

②. 確実な計画換気を支える高気密化技術

当社では断熱気密工事の完了時に全棟気密測定をしており、その過程でどのような箇所から漏気が起きるのかについての経験や勘（勘、感）を持っています。そのためこれまで経験したことの無いような納まりであっても、それに適した漏気対策を行うことができます。これによって当社の高気密化技術を実現しています。

③. 高断熱と結露防止を実現する外張り断熱工法

当社は表面を防水処理した発泡系断熱材で柱や梁といった構造体ごとすっぽりと外側から包んでしまします。この方法は壁の中での内部結露を生じさせないだけでなく、床下結露や天井裏の結露も防ぐことができます。

（２）心の健康を実現する居心地の提案力

当社のお客様は、社長との信頼関係のある方からのご紹介や、当社ホームページ、当社社長の家づくりに対する考え方や価値観を積極的に紹介する「自己開示型」のブログを通じて当社の存在を知った方が中心です。こうしたお客様は健康住宅“そよかぜの家”の価値に共感し性能を理解したうえで当社へアプローチいただいています。

そうしたお客様に対して当社はさらに綿密なコミュニケーション活動を行ない、お客様の隠れたニーズを把握し、ライフスタイルにあった住まいを提案します（【お客様とのコミュニケーション力】）。そして、そのような提案ができるのは【専門分野に偏らない情報収集活動】を行っているためです。

心の健康を実現する居心地の良さは、ライフスタイルにあった住まいの提案とともに、自然素材や職人の手仕事などをトータルにプロデュースすることで実現します。

（３）コーディネート力

当社では、長年にわたって培った信頼関係から職人とのコミュニケーションが取れており、職人ごとの技量や得意分野を把握しています。そのため現場ごとに仕事に応じた職人を組み合わせることが出来ます。しかも、当社が核となって職人どうしのコミュニケーションを調整することで、施工現場を円滑に進めることが出来ます。

また、職人どうしのコミュニケーションだけでなく、職人とお客様とのコミュニケーションも調整します。特に注文建築住宅の家づくりで大切なことは、お客様と作り手である職人さんとの信頼関係です。この信頼関係があるからこそお互いに気持ちよく家づくりを進めることができ、完成後には「この家を建てて良かった」という共通の思い入れを持てるようになります。したがって施工の段階でお客様と職人さんとの信頼関係を築くことが、お客様にとっては将来メンテナンスが必要になった時でも頼れる職人さんが居るという安心感に繋がり、職人さんにとっては頼られることがやりがいや誇りに繋がるという将来への好循環を生み出すことが出来ます。こうした考え方から当社では、たとえば工事中の現場見学を行った際に、お客様の家づくりに対する思い入れを職人さんに直接伝える機会や、逆に職人さんの家づくりに対するこだわりをお客様に伝える機会を設けるようにすることで、お客様と職人さん達とを繋ぐコミュニケーションまで調整しています。

以上のように、職人さんどうしを上手く連携させ、またお客様と職人さんたちとの信頼関係の構築をお手伝いすることが、当社のコーディネート力です。

Ⅳ．ブリーズ・カンパニーの課題と克服策

当社の課題と克服策は以下のとおりに考えています。

（１）知名度の低さ

当社はまだ創業間もないことから知名度が低いという課題があります。今後は、ニュースレターの発行、インターネットを活用した情報発信、こだわりの商品販売、雑誌などを通じて積極的に知名度を高めていきます。特に当社ホームページ、自己開示型のブログ、健康やライフスタイルといったアプローチからのお客様を新規に開拓できるよう積極的な情報発信に努め、またインターネット販売事業のホームページでは健康、居心地、ライフスタイル、メンテナンスといった視点で選んだ商品の品揃えを充実させていきます。

（２）受注の不安定さ

知名度の低さにも関連しますが受注が不安定という課題があります。今後は、ニュースレターの発行、当社ホームページ、「自己開示型」ブログによる情報発信に加え、後述する顧客カルテの作成を通じて計画的な受注が得られるように努力していきます。

また、健康住宅“そよかぜの家”の設計・施工のノウハウは、商品力に課題を抱えている分譲業者や地元工務店が建てる住宅にも応用することが可能です。今後は、これをコンサルティング事業として展開していく予定です。

さらに、ペットのいる暮らしやスローライフの提案など、暮らしやライフスタイルに関する提案を通じて、それらを実現する高性能住宅の需要の創出を行っていきます。

（3）技術・ノウハウを経営資源として更に活用するために

①. 建築技術の研究と検証

技術面で最新であっても、住まい方によってその技術が最大限活かされないこともありえます。日々進化する建築技術について、たゆまぬ研究を続けることは当然ですが、理論面だけではなく施工現場を通じた性能と施工性の検証と、完成引渡し後も実際に住まれたお客様の声を活かした技術研究を続けていきます。

②. 地域職人を活かし育てる

当社の“そよかぜの家”は、木造軸組み工法を基本技術として、自然素材の活用や職人の手仕事のぬくもりによる居心地も追及しています。こうして建てられた“そよかぜの家”は、適切な時期にメンテナンスを行っていただき、家族構成の変化に応じたりリノベーションを行っていただければ、一代限りではなく末永く住み続けていただくことができますが、そのためには地域の生活や住環境を良く知っており、それに適した伝統技術を後世に伝えていく職人の存在が欠かせません。しかし、今かれらの力が活かせる現場が少なくなり、技術継承が危ぶまれていることは前述のとおりです。

当社の家づくりへの価値観を共有できる同業他店の方々へ当社が培った“そよかぜの家”の技術提供と導入コンサルティング事業を通し、志をもったもの同士が連携し地域の職人の技術伝承とネットワークを育ててゆく必要があります。

7 今後の事業展開

I. 将来の知恵の経営のビジョン

当社の5年後を想定した将来の知恵の経営ビジョンを整理すると以下の通りになります。

将来の知恵の経営のビジョン（2013年）

理念・方針	マネジメント	技術・ノウハウ	商品・サービス	業績目標
【企業理念】 健康で快適な暮らしを提供し、明るく豊かな地域社会づくりに貢献する 【事業方針】 安全・安心を第一に住まいの性能向上を図る 多様化する価値観の中で、循環型社会に対応するライフスタイルを提案する 地域に根ざしたもののづくりのネットワークを構築し、技術の向上と次世代への継承を図る	【健康・居心地追求の事業スタンス】 ●健康“増進”、家族ごとの居心地を尺度にしたオンリーワンの家づくりの追求 ●建築医学の研究 ●「フランチャイズ」に属さず自主開発を貫く事業姿勢 ●現場主義による性能、施工性の検証 【専門分野に留まらない多元的情報収集活動】 【顧客／潜在顧客への自己開示型の情報発信】 【プロジェクト別職人アメーバチームの編成】 【技術伝承活動】	【技術力】 ●健康住宅の高い基本性能を実現する3つの基本技術 ●建築医学の知見 ●居心地・ライフスタイルを住宅仕様として形にする設計力と設計ノウハウ 【お客様とのコミュニケーション力】 ●設計プラン作成シート ●健康・ライフスタイルを軸にしたお客様への設計提案 【地域職人とのネットワーク力】 ●既存のお客様ネットワーク ●将来のライフステージに対応するメンテナンス、資金計画情報共有のためのお客様カルテの作成 ●経験に基づく豊富な商品知識	【注文住宅事業】 健康住宅“そよかぜの家”の特徴 【体の健康】 ●健康増進住宅 【心の健康】 ●3つの視点で家族ごとの居心地を追求したオンリーワン仕様 ①家族のライフスタイルに適合 ②五感を刺激する自然素材の活用 ③ぬくもり感のある職人の手仕事 【建築工法】 ●地域伝統技術を活かす木造軸組工法 【リフォーム・メンテナンス事業】 ●計画的に受注するリフォーム・メンテナンス 【健康グッズ販売事業】	【注文住宅事業】 そよかぜの家新築事業 年商5,000万円 【リフォーム・メンテナンス事業】 年商2,000万円 【健康グッズ販売事業】 年商100万円 【設計・監理業務】 年商500万円 【コンサルティング販売事業】 年商500万円

II. 経営戦略1－既存の強みを伸ばす事業展開－

（1）健康住宅としての品質を強化する取り組み－健康“増進”住宅を目指すための研究活動－

健康住宅“そよかぜの家”については、現場における性能や施工性の検証を続けるとともに、実際に生活しているお客様の声を性能向上に活かすための研究を行っていきます。また、環境によって病気を予防する建築医学の研究を進めることで、健康住宅の一步先を行く健康“増進”住宅を目指していきます。

（2）新規顧客および既存顧客に対する情報発信力の強化

新規顧客については、ホームページ、自己開示型ブログを通じて様々な情報を提供して参ります。特にホームページでは、専門分野に偏らない情報収集を活かして、時流の変化に適応するように随時内容を更新して参ります。またブログについては、日々の生活の中からライフスタイル、健康などに関する話題を提供し、家づくりに関心のない方へもアプローチをしていきます。これらの取り組みによって当社の課題である知名度の低さを解消できるよう努めて参ります。

他方、既存顧客については、「そよかぜニュース」の発行を通じて、お客様とのコミュニケーションを密にすることで“ホームドクター”を目指します。その内容は、プライベートなことも紹介す

ることとお客様との心理的な距離感を縮めるとともに、普段の生活の中から家づくりの話題を取り上げることで家に対する関心を高めて参ります。

(3) お客様カルテの作成による既存のお客様との関係強化

お客様の将来の生活スタイルや家族構成の変化などのライフステージの変化に対応するメンテナンス計画を含めた「お客様カルテ」を作成し、それをお客様と共有します。これにより、お客様にとっては将来予想されるメンテナンスとそれに必要な資金繰りの面で計画性を持っていただくことができ、将来に亘って末永く安心して“そよかぜの家”に住んでいただくことができます。

また、当社としては“そよかぜの家”にお住まいいただいた後も、お客様カルテのメンテナンス計画に基づくお客様へのアプローチを通じてコミュニケーションの頻度を高め、お客様への安心感を高めて参ります。さらにこの活動を通じて工事の計画受注に繋げることも期待できます。

Ⅲ. 経営戦略2－新たな強みを育成するための事業展開

(1) 設計・監理事業

＜工務店・宅建業者との連携＞

健康住宅“そよかぜの家”の設計・施工のノウハウは、商品力に課題を抱えている分譲業者や地元工務店が建てる住宅にも応用することが可能です。今後は設計・監理業務を通じて設計・施工のノウハウを提供していく予定です。

(2) コンサルティング販売事業

＜施工指導付き材料販売＞

商品力に課題を抱える地元工務店や宅建業者に対しては、前述のように設計・監理業務を提供していきますが、たとえば施工のための材料の調達先や施工の仕方に不安があるような地元工務店等のために、施工指導付きで材料を販売していきます。

Ⅳ. 業績

(1) 目標とする業績

① 注文住宅事業

注文住宅事業については、年間売上高5000万円を目指します。このために2つの取り組みを行います。

まず一般向けアプローチとして、当社のホームページや自己開示型ブログを通じた情報発信を積極的に行っていきます。また、年2回程度を目安に雑誌に取材記事を掲載していきます。

また紹介受注も開拓していきます。そのために既存顧客に対して年6回程度を目安に、ニュースレターを発行し、様々な視点から“そよかぜの家”の優れた性能をアピールしていきます。

② リフォーム・メンテナンス事業

この事業については、年間売上高2000万円を目指します。このために既存顧客についてお客様カルテを整備します。5年後に100件（20件／年）の作成を目指します。お客様カルテは、築年数の古い既存顧客から順次訪問して作成を進めていきます。そして、お客様カルテで計画したメンテナンス工事として、200万円前後の工事を年間10件程度、計画的に受注できるようにしていきます。

③ 設計・監理事業

この事業については、年間売上高500万円を目指します。このために年間2件程度の案件を受注できるように、宅建業者、工務店等の同業者に向けての宣伝活動を行っていきます。

④ コンサルティング販売事業

この事業については、年間売上高500万円を目指します。この事業は設計・監理事業に付随

する業務として位置付けています。このため設計・監理事業と合わせて宣伝活動を行っていきます。

⑤ 健康グッズ販売事業

この事業については、さらに商品の品揃えを豊富にしたり、ニュースレターでの宣伝等を通じて年間売上高100万円を目指していきます。

(2) 目標とする業績の達成に向けた事業展開の管理指標

当社では、以下のような指標を管理しつつ今後の事業展開を進めて参ります。

分類	項目	指標	
		現在	将来
マネジメント	【情報発信】 ・既存顧客への情報発信（ニュースレターの発行）	6回／年	6回／年
	【職人アメーバチーム編成力】 ・協力業者数 ・伝統技術保有職人数	40社 30人	40社 30人
技術・ノウハウ	【健康住宅を実現する技術力】 ・気密性を表す指標 c 値（隙間相当面積） 当社基準値 外部基準値（住宅金融公庫基準）	$c \leq 1.0 \text{ cm}^2/\text{m}^2$ $c \leq 5.0 \text{ cm}^2/\text{m}^2$	
	・換気計画の設計内製率	100%	100%
	【既存のお客様ネットワーク】 ・お客様カルテ作成件数 ・ブログ更新回数	0件 20回／月	100件 20回／月
商品・サービス	【注文住宅事業】 ・販売戸数	3件	3件
	【リフォーム・メンテナンス事業】 ・リフォーム・メンテナンス件数	20件	30件
	【コンサルティング販売事業】 ・コンサルティング販売件数	0件	3件
	【健康グッズ販売事業】 ・取扱商品数	5品目	20品目

8. あとがき／知恵の経営報告書とは

企業価値を適切に把握するためには、企業の有形資産や財務諸表のみならず、人材・技術力・ブランド・顧客・協力会社・金融機関との良好な関係などのような、企業の強みとなっている無形の「知恵」、すなわち「知的財産」を認識し、評価する必要があります。そしてどのように知的資産を活用し、将来に向けて企業価値を高めていくのかという経営戦略をとることが重要です。

「知恵の経営報告書」とは、無形であるがゆえに外部から客観的に把握することが困難な「知恵」（＝知的資産）を活用する経営を、顧客・協力会社・仕入先などのステークホルダー（利害関係者）にわかりやすく伝え、企業の将来性についての認識を共有するために作成するものです。

「知恵の経営報告書」の作成については、2005年10月に公表された経済産業省「知的資産経営の開示ガイドライン」に基づいて、京都府が2008年5月に「知恵の経営報告書：作成ガイドブック」を公表しています。本報告書は原則としてその作成ガイドブックに準拠して作成しています。

今回の報告書作成の目的は、当社の強みである「健康住宅を作る技術力」「心の健康を実現する居心地の提案力」「コーディネート力」などの知的資産を体系的に把握することにあります。その上で、それらの知的資産を活用した事業展開を地域職人や協力会社とで共有し、お客様に健康で快適な暮らしを提供するとともに、明るく豊かな地域社会づくりに貢献することにあります。また、お客様、地域職人、協力会社、仕入先、地域社会等の方々に、当社の強みの変遷と、それに基づく今後の事業の方向付けをご理解いただくために作成したものであります。

今後は、本報告書に示した当社の強みを活かした事業展開に一層磨きをかけ、未来に向かって邁進してまいります。

●本報告書ご利用上の注意

本報告書に記載されている計画・戦略などは、現在入手可能な情報に基づいて当社の判断で記載したものです。つまり、現時点における当社の将来予測であるために、内外の環境変化等によっては記載内容等を見直すことがあります。したがって、当社は本報告書に記載した内容や数値を将来にわたって保証するものではありません。

●作成者

株式会社 ブリーズ・カンパニー 代表取締役 小川 哲史

●作成支援者

山城区域商工会広域連携協議会 広域経営指導員 山本 容子

山城区域商工会広域連携協議会 広域経営指導員 上村 直樹

京都府商工会連合会 地域力連携拠点 専門家 大竹 正悟（弁理士・MBA）

●お問合せ先 株式会社 ブリーズ・カンパニー

〒619-0201 京都府木津川市山城町綺田神ノ木5-3

TEL 0774-86-4962 FAX 0774-29-5619

E-mail satoshi@soyokazenoie.com

URL <http://www.soyokazenoie.com>

●発行 2009年3月5日 初版