

地元で評価され続ける秘訣とは？今こそ問われる時代への対応力

はじめは製材業から、福井県の若狭町で70年以上になる旭木材工業株式会社。地域密着型の工務店として地元の方々の信頼を集め、現在4代目になる上野勝久さんが代表取締役社長を務めています。妻のきよのさんもその業務をサポートされてきましたが、10年ほど前から他社で経験を積まれた息子の貴浩さんも参画。コロナ禍では改めて自社の営業の在り方を見直し、一度は落ちた業績もとり返すことに成功されました。

#ウッドショック #コロナ禍の学び #地域密着型工務店 #顧客プレミアム



福井県／旭木材工業株式会社
代表取締役社長 上野 勝久さん

年間1棟という年もあったコロナ禍で学んだこと

「コロナになって1年目は、もう何をしたらいいかわかりませんでした」とふり返る旭木材工業のみなさん。実際に、年間で契約が1棟という時期もあったといいます。そこから、2022年は新築が5～6棟、ご予算1000万円強のリフォームを3軒ほど手がけるまでに復活を遂げました。

「たぶん、コロナがなかったらしなかったことはいっぱいあったんじゃないかと思います。コロナのお陰とは言いませんけど、コロナで逆にいろんなことを見直しました。アナログも大事ですが、デジタルのツールを使って情報を提供する大切さに気がついたのもひとつです」

地元での知名度も高い歴史ある工務店だけに、ご紹介は全体の6割ほどを占めます。もともと知っていて相談に来られるお客さまが多いため、これまでは問い合わせに対してまず資料を送るというより、直接うかがってお話することがほとんどだったとか。

「僕が入社した10年前には、しっかりした会社案内みたいなものもありませんでした。見開き1枚のものがあるくらい」とふり返るのは、専務の上野貴浩さん。

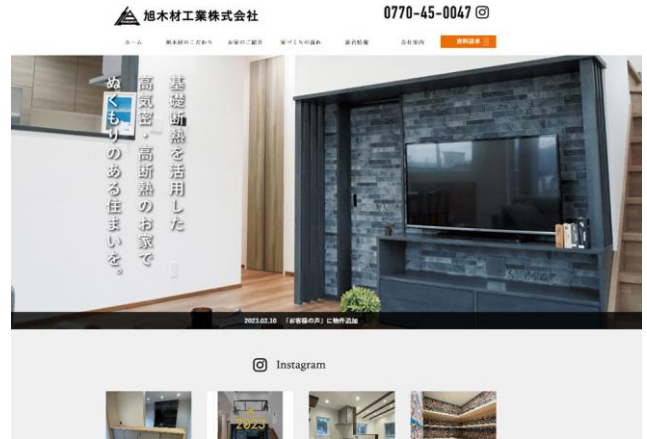
「でもこのコロナ禍、これまでのようにどんどんお客さまのお宅へうかがってお話をするというのが、すごくしづらくなつたんです。ハウスメーカーと違って地元に基づいている分、『コロナ禍なのに旭木材工業は絶対に家へ来るんだ』なんて評判が立ってもよくないので……」

そこで営業のやり方がわからなくなり、一時は営業がまったく止まってしまったのだそうです。だからこそ必要性を感じたのが、ぱっと見てすぐにわかる会社資料や、WEBでの情報発信でした。

「それまでの営業スタイルが本当にアナログだったので、目で見てわかるデジタル化された資料が必要でした。その施策のひとつがホームページをリニューアルしたことであり、SNSでInstagramを始めたことです」

以前もホームページはあったものの、そのコンセプトは大きく変わり、情報量も倍増することになりました。たとえば以前のホームページは、地元密着型の工務店として親しみのわく温かい雰囲気でもとめられていましたが、家のデザインイメージがふくらむような施工事例の写真掲載が圧倒的に少なかったのです。

「アットホームな会社というのは、お会いしたり、お話をすればわかるのかなど。それよりも、その入り口としては『この工務店にはお洒落な家をつくってもらえそうだな』というのがわかる施工事例や、家づくりの商品コンセプトが伝わる内容にする必要がありました」



以前よりも印象的な施工事例写真を増やし、手がけている家の雰囲気が伝わるものに。

そこでホームページのデザインを一新。まだまだこれからさらに改良していく予定だといいますが、旭木材工業ならではのこだわりや施工事例が満載の魅力的なページとなりました。

さらにInstagramをスタートさせたのは、「ホームページよりも頻度を上げて写真がアップできるから」。ホームページは常に何かしら更新していないと会社が動いている感じがしないといった問題も、Instagramのほうで新しい写真を随時アップしていくことで解消できたのです。

こうしてホームページやInstagramで新規顧客の入り口をつくり、お問い合わせが来たときには新たに作成した資料や会社案内を送る体制も整いました。

ただ家を見せるのではなくライフスタイルで魅せる

実はコロナ禍に入る直前、創業以来工務店と並行して続けてきた製材業は、もう終わりにしようと考えていたそうです。

「コロナの前から、製材を手がける人間も年齢が上がっていて、新たに雇っていちから勉強してもらうのも大変だなというのがあったので、もう工務店一本でいこうかと言っていたんです。そうしたらコロナでウッドショックがきて、自社で製材したほうが早いとなって。2022年は昔つくっていたいろいろな材料も、うちでできるものはつくろうと、原点に戻って一生懸命つくっていました」

「みんな、もう一回国産材を使おうというふうになってきましたよね。私は、もともと木材は単価が安いから林業も発展しないのだと個人的には考えているので」と上野社長。「今が正常とは言わないですが、木材の価値が上がったお陰で林業も少しは活性化したんじゃないかなと思っています」

製材業からはじまっていることも含めて、「旭木材工業の強みは何か」を改めて考えたというこのコロナ禍。2週間に一度は、電話番号を残した他のスタッフ全員で、昼食をとりながら社内会議をするようになりました。

「それまでは、社内会議ってしていなかったんです。全員が自分の持っている現場をそれぞれ終わらせていく形だったのですが、改めて『うちってどんな会社なんだろう』ということみんなで考えることを始めました。お客さまに聞かれたときに、社員全員が同じことを言えないといけないよね、と」

