

## 新築以外の受注はOB顧客が95%超え！DX化で「地域の名店」を目指す

3代目の柴修一郎さんが家業である柴木材店へ戻ってきたのは20年前。そこで最初にとりかかったのが、OB顧客のデータ整理でした。今では新築以外のリフォームや小工事の受注はOB顧客の割合が95%を超え、まさしく「地域に根差した工務店」を実践されています。そんな工務店の評判にもつながるOB顧客とのつき合い方、社員の意識を高め、会社の文化を築いていくために大切にしていることを伺いました！

#チームビルディング #建売事業 #DX化 #可視化システム



### 第2章

茨城県／株式会社柴木材店  
代表取締役 柴 修一郎さん

## 事業承継は「顧客」承継！を実践するためのDX化

「20年前、柴木材店に戻ってきて最初にとり組んだのがDX化です。先代、先々代が築き上げた財産でもあるオーナーさまの情報が、当時はまだしっかり管理できていなくて。事業承継は顧客承継でもあるという強い思いが僕の中にありました」

3代目を受け継ぐためにも、柴さんは改めて地域に密着した工務店の在り方を見直したといいます。

「どの工務店さんも、必ず『地元密着』とか『お引き渡し後が本当のおつきあい』と言うのですが、実際に引き渡したお客さまの管理ができていないかという、まずできていない。うちも含めて、多くは建てっぱなしになっていました。今でこそこれだけメンテナンスが騒がれていますが、当時はなかなかそこにメスを入れられる会社は少なかったんです」

そんな現状を見ながら、柴さんが目指そうと決めたのは「地域の名店」という位置。そこでまず着手したのが、柴木材店で家を建てたオーナーさまのデータをきちんと管理するシステムづくりでした。

「当時、顧客管理ソフトという成約してお引き渡しまでを管理するものはたくさんあったのですが、お引き渡し後のお客さまを管理するものはありませんでした。それで、独自に開発することにしたんです」

柴木材店で新しくつくったオリジナルのシステムでは、お客さまからのクレームやご要望、定期点検のスケジュールやメンテナンスの記録などもできるように。

「問い合わせを受けたら、必ずそれをそのお客さまデータのところに入力します。その入力データが時系列で並ぶようになっているので、解決していないと必ずそこに残り続けるんです。つぶせていないと『ああ、やってないな』と思うので、社員も自然と自分ごととして意識改革できるんですね」

最初はそれを毎朝、朝礼で全員が読み合わせるというのを実施したそうです。大事にしたのは、地域密着の工務店として小さな工事ほど大切に対応するという社内文化づくり。現在ではそこまで厳しくはしていないものの、会社の文化としてしっかり根づいています。

定期点検もその都度、お知らせする往復はがきを送るようになると、オーナーさまからは「疎遠になっていたから頼みづらかった」というお言葉も。リフォームなど新築以外の工事は年間で300件ほどありますが、そのうちの95%以上がOB顧客からの受注だといいます。

「OSはWindows7とかの頃でしたが、何百万円もかけてシステムを開発しました。当時はだいぶ先駆けてやれていた自負はあります。でも、OSが上がるたびに起きる不具合を是正していかなければならないなど、こういったシステムを維持していくのは、年間20棟程度の工務店が一社だけでやっていくのはなかなか荷が重いところがありました」

そこで、自社システムからD社が提供するクラウドの管理システムへ移行することに。

「モデルユーザー契約という形で、弊社が培ったノウハウも提供させてもらっています。また、イベントで講演させていただく等、クラウドシステムの普及のためのお手伝いもさせていただいております」とのこと。自社で開発してきたDX化のノウハウは、最終的に他社の管理システムをとり入れる際にも大いに役立つことになりました。

現在は、Good Living 友の会でご提供している住宅業界向けMAツール「KASIKA」なども導入して、また試行錯誤しているところだといいます。

## 工務店にも応用できる「コミュニティデザイン」とは

自社だけでなく、外部の方の力も上手に借りながら自社のレベルアップにつなげている柴木材店。初めての建売分譲を形にするまでも、そんな場面がありました。株式会社チームネットの甲斐徹郎さんの講演を聞いて、そのやり方は工務店にも応用できるのではないかと考えたのがきっかけだったとか。

「チームネットから学んだ『コミュニティデザイン』という手法を工務店の家づくりにもとり入れられないかということから、建売と親和性が高いのではないかと考え、柴木材店初の建売分譲住宅を計画しました。プロジェクトを成功に導くため、甲斐さんに講師をお願いし、月に一度のワークショップを半年間ほど行ないました。我々が持っていないクリエイティブの形成の知識を講義してもらい、自分たちで手を動かし、脳に汗をかきながら、建売分譲のプロジェクトをブラッシュアップさせていったんです」

こうして、社員一人ひとりが自分ごととして取り組める土壌がつくられていきました。そこから生まれたのが「クラスコ倉掛」です。4棟からなる建売分譲「クラスコ倉掛」には、自然とコミュニティが醸成されていくしかけが、随所に散りばめられています。たとえば、敷地を仕切っている柵は、子どもでも簡単に乗り越えられそうな低いもので、開放的なつくり。

「目隠しになるような高いフェンスを設けなかったのは特徴的ですよね。高さ50cm程度の柵で境界を仕切っています。これがあがる種、踏み絵のような役割を果たしているんですよ」と柴さん。この家を買おうかどうかというとき、「同じような考えを持っている人が集まって来ないと不安だね」ということが、それぞれの家族会議でも拳がっていたといいます。ただ、「これだけオープンな外構で開けた街並みに住もうという人は、たぶん同じような人たちが多んじゃない？」と購入を決めたのだと、皆さんおっしゃられているそうです。



2022年度グッドデザイン賞を受賞した「クラスコ倉掛」。仕切りの柵は敢えて低く設計し、住民同士のコミュニケーションが自然と生まれる仕掛けに

