第237号

月刊 住宅情報誌 選 進 2022年(令和4年)9月1日(木)



- 1 羅針盤 3 KMの理念を継承する
- 3 これぞ躍進流!! ドラッカー活用術
- 5 本社がリニューアル!
- 5 ミニ扇風機が大活躍!
- 6 木材劣化診断士の資格更新
- 6 今年の秋も大活躍 スカイコートW
- 9 SNSを考える

3KMの理念を継承する



三维金金

個人、家庭、会社を整える

去る 7 月 15 日、この羅針盤でも度々ご案内してきた社員教育プログラム「3 KM 生涯幸福設計」(以下 3 KM とする)の開発者であり、土屋ホールディングスの創業者・土屋公三氏が逝去されました(享年 80 歳)。心よりご冥福をお祈り申し上げます。

そこで本号では、土屋氏への追悼を込めて、3KMから学び、多くを実践して、躍進の経営に生かしてきたことを振り返り、これからも 3KMの理念を継承していくことを表明したいと思います。

改めてご説明いたしますと、3KM とは、個人、家庭、会社の頭文字 K と、目標 (Mark)、管理 (Management)、意欲 (Motivation) の頭文字 M を合わせたものです。そんな、個人、家庭、会社における目標の進め方は、中国の書物『大学』に示されている「修身斉家治国平天下」に由来しています。世の中を平和で安定させるには、まず自分の国をきちんと治めなければなりません。しかし国という広い範囲の前に、自分の家庭を安定したものにしなければ、国を治めるなど遠い先の話となります。そして、そのためには、何よりも自分自身の身を修めなければならないとしているのです。

ビジネスにおいては、個人を正しく律し、健全な家庭を築き、心安らかに日常を過ごすことで、会社においての活躍が可能となり、3Mに該当する意欲(Motivation)が湧き、目標(Mark)達成のための有効な管理(Management)が実施されるのです。

「躍進5原則」との共通点

そしてそれは、躍進の基本哲学精神の1つである「躍進5原則」にも通じる考えです。 3KM は、大きな目標を達成させるには、それぞれの前段階をきちんと整えることが重要であるという、いわば物事の基礎に向かって逆算していく考えです。それに対して、「躍進5原則」は、自分を取り巻く5つの要素である家族、お客様、社員仲間、協力業者、仕入先の幸福実現を同時に捉え、仕事をはじめ大きな目的を実現するという考えです。つまり、自分中心に360度全方位の幸せを言うのです。

3KM も「躍進 5 原則」も、本当の幸福は自分だけの幸福実現ではなく、周りの多くの人の幸福を実現することとしているところが大きな共通点です。

さらに、2021年の躍進のスローガンには「心言行一致の希望溢れる 3KM 実践で躍進!!」として、3KM を採用しております。心(思い)、言(誓言)、行(行動)の一連の流れを一致させ、躍進の目的である「自他共の幸福実現」に向けて「躍進 5 原則」を実行するために、共通点が多い 3KM を実践したのです。まさに、その教えに深く感謝しております。

生涯幸福を実現する

こうした点を踏まえて、改めて 3KM における幸福を考えれば、それは生涯幸福であり、 創造性や生きがいという内面的な充足感であるとしています。そして、成功という言葉に 置き換えられるとも指摘しています。

その成功とは、言うまでもなく、個人、家庭、会社の3者のバランスのとれた価値ある目標を段階的に達成して行くものです。それは決して一時的なものに終わらず、1つの目標達成は次なる目標達成に向けてのプロセスであり、まさに生涯幸福実現への道を歩んでいることです。そのためには、日々成功を連続させることが生涯幸福の条件なのです。

理念継承に邁進

1983年のヒット曲『浪花恋しぐれ』の歌詞の中で、「芸のためなら女房も泣かす それがどうした文句があるか」という一節がありますが、これは芸人の世界でも既に大昔の価値観となっています。なぜなら、家族愛が実現できない人に良い話などできるはずもなく、お客さまもそれができない人の話なんて聞きたいとは思わないからです。

家族や会社に関係する人の不幸や犠牲の上に成り立っている幸福は、一部の人の一時的な状態に過ぎないのです。当然そこには生涯幸福などありません。改めて、3KMの根本精神に立ち返り、その理念を継承に邁進していく所存です。そしてそれが、「3KMを国民運動にしたい」と願っていた土屋氏に対する供養になれば望外の喜びです。合掌。

これぞ躍進流!! ドラッカー活用術

〈『イノベーションと企業家精神編』その1〉



今月も、経営者としての 20 年以上のキャリアを生かし、経営学者 P.F.ドラッカー氏の言葉を捉え、それをどのように躍進の経営に役立てているかをご案内してまいります。

そして、今回より新章に入りまして、**『イノベーションと企業家精神(エッセンシャル版)』 (上田惇生・訳) に記載されている内容をお話しいたします。**私の考えが皆様の経営に関するお考えの一助になれば望外の喜びです。

今月の言葉 その1 変化を探す

「新しいものを生み出す機会となるものが変化である。イノベーションとは意識的かつ組織的に変化を探すことである」

●笠井輝夫の解釈 良い方向に変化する

今期の躍進のスローガンは、「チェンジ・チャレンジ・成長・大躍進!!」です。文字通り、変化し挑戦し成功するのです。これを踏まえて、まず「自分は立派な人間になろう」と決めることからスタートします。そのためには「自分はこのように必ずやっていく」と断言することが重要です。そして、「そのためには」という逆算志向を繰り返すことで、今の自分の力を確認でき、新たなスタートラインに立てるのです。

そしてこれを、松下電器産業(現パナソニック)創業者・松下幸之助氏は「自己観照」 としました。自分の心を表に取り出してそれを客観的に見つめるのです。そうすれば、自 分の力の有る無し、長所や欠点を知ることができます。これをしっかり把握しないでスタ ートすると、成功などは夢のまた夢になってしまいます。

世の中の環境は日々変化しています。それに対して、自分は世の中の何を変えることができるのかを考え、変転する時代だからこそ、自分自身が良い方向に変化していかねばなりません。それには、自分を知り、変化に対する順応性を身につけるのです。そして、「よりよく変化する」ということを自ら仕向け、具体的な行動を起こしましょう。

まさしく変化は、変革の一歩手前の状態です。その変革とは、ずばりイノベーションに 他ならないことを肝に銘じてください。

今月の言葉 その2 7つの機会

「イノベーションの機会は7つある。①予期せぬことの生起 ②ギャップの存在 ③ニーズの存在 ④産業構造の変化 ⑤人口構造の変化 ⑥認識(ものの見方、感じ方、考え方)の変化 ⑦新しい知識の出現 - である」

●笠井輝夫の解釈 ポジティブに挑む

躍進では、これら7つの機会に遭遇しても、決して臆することなく、常にポジティブに 捉え、それをきちんとした方向にもっていくことを重要視しています。それが例え困難な ことであっても、逃げてしまえば良い結果を生むことはありません。ポジティブに挑んで いくということを、心の軸に据えることが重要なのです。

そして、仮に挑戦が失敗に終わっても、それは最大のイノベーションのチャンスと捉えています。その失敗に喜びを感じられないことは、非常にもったいないことです。失敗の原因をしっかり掴み分析して、同様のことを起こさないことが目的だからです。

今月の言葉 その3 予期せぬ成功に向き合う

「予期せぬ成功がもたらすイノベーションの機会を利用するには分析が必要である」 「予期せぬ成功は、自らの事業と技術と市場の定義について、いかなる変更が必要かを問うことを強いる。それらの問いに答えたとき初めて、予期せぬ成功が最もリスクが小さく、しかも最も成果が大きいイノベーションの機会となってくれる」

●笠井輝夫の解釈 常に検証・改善する

イノベーションの機会の中でも、予期せぬ成功には注意しなければなりません。「最もリスクが小さく、しかも最も成果が大きいイノベーションの機会」とあるように、多くの有効かつ合理的な要因が潜んでいるからです。それには、まぐれ当たりであることを喜ぶことなく、まさに「変化が起きている」ことを冷静にキャッチするのです。

そうした能力や感性を常に豊かに保っていないと、良い結果に結びつきません。そして そこから、新たなものを生み出すのがイノベーションです。1+1 は 2 だけではなく、10 や 20 になったり、場合によっては 100 になったりするような良い成果に結びつけるのです。

そのため躍進では、PDCAサイクルのなかで、CとAの重要性を説いています。常に検証し改善していないと感性は鈍るものです。普段から感性を磨いておけば、予期せぬ成功に巡り合ったときでも、それを生かすことができるからです。

本社がリニューアル!



7月初旬に本社の外壁塗装が完了し、リニューアルいたしました**(写真参照)**。社屋同様に、社員一同、心身を一新してさらに精進することを誓いました!

ミニ扇風機が大活躍!

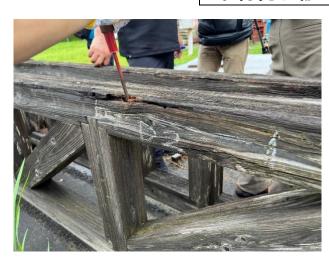




躍進では8月より、現場でも持ち運びができるミニ扇風機を導入しました**(写真参照)**。 まだまだ暑い日が続きますが、屋外はもちろん、車内や室内などどこでも使用できるので、 とても重宝しています。

このような新たなアイテムを積極的に活用し、厳しい残暑を乗り切っていこうと思います。皆さまも熱中症にはくれぐれもお気を付けください。

木材劣化診断士の資格更新





7月に、木材劣化診断士の資格更新を行いました。木材の生物劣化(腐朽、虫害、蟻害)の診断資格は3年毎に更新となります。当日は、実際に腐朽、虫害、蟻害の劣化度合いを、機器を用いて一次診断(視診・触診・打診)と二次診断(含水率計測、ピロディン、レジストグラフ、超音波伝播速度など)を実施し、木材劣化診断をしました(**写真参照**)。

躍進の事業柱でもある木材保存工事は、防蟻、腐朽菌から家を守る床下防蟻施工と、木材を再生させるエアー鉋施工があります。

躍進では、木材劣化診断士4名、防除士2名、木材保存士1名の社員がいます。そして、 新たに今年木材劣化診断士を2名が受講します。

普段見えない床下が心配な方や、寺社仏閣の木部再生をお考えの方は、お気軽にお問い合わせください。躍進は再生をテーマに住宅、家具の再生・リペア技術習得に挑戦しています。皆様の大切な物や残したい物など、再生させたい物などがございましたら、どしどしご意見をお寄せください。新しい事業のヒントにさせていただきます。

今年の秋も大活躍 スカイコートW 水系ウレタン樹脂

タイル仕上げの魅力を生かす

躍進がご案内している、強靭で柔軟な被膜を形成するタイル張り面の透明外壁防水材『スカイコートW』は、もうすっかりおなじみになり、秋のシーズンを迎えて、ご注文、問い合わせが多く寄せられています。

透明度の高い水系ウレタン樹脂を主成分とした、1液型外壁用透明防水材です。透明な 塗膜なので、タイル仕上げの意匠性をそのままに、雨水の侵入を防ぐことができます。



オール水系

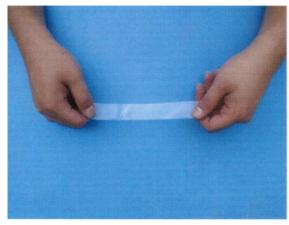


プライマーを含め、すべての構成材料は水系であり、危険物を一切含んでいないため、 引火や中毒の危険がなく、居住者・作業者・環境にやさしい材料といえます。

抜群の高性能被膜

ウレタン樹脂の特性を生かし、強靭で柔軟な被膜を形成し、驚異的なひび割れ追従性 (20mm 以上)、抗張積 (2670N/mm) を備えています (写真参照)。

また、専用プライマーにより、磁器タイルのような吸い込みの少ない下地へも強固に接着し、タイルの剥落の予防に寄与します。





優れた施工性

すべての構成材料は、1液型のため煩雑な混合作業は必要ありません。壁面施工でもダレ難く、適度なレベリング性により、フラットな仕上がりになります。

防カビ・防藻機能

防カビ・防藻機能を付与しており、不快なカビや藻の発生を抑制します。

施工仕様

工程		使用材料	塗布量(kg/m³)	塗布回数	塗布間隔(目安)	塗装方法
1	プライマー	スカイコートWプライマー	0.1~0.2	1	春秋 約2時間 夏 約2時間 冬 約3時間	ローラー
2	防水層①	スカイコートW防水材	0.2~0.3	1	春秋 約3時間 夏 約3時間 冬 約5時間	刷毛、ローラー
3	防水層②	スカイコートW防水材	0.2~0.3	1	春秋 約3時間 夏 約3時間 冬 約5時間	刷毛、ローラー
4	トップコート	スカイコートWトップ	0.1~0.2	1~2	_	刷毛、ローラー

高い防水性に加えて、意匠性の確保や、施工性の高さなど、各方面で多大な評価をいただいております。

『スカイコートW』のご注文、お問い合わせは、躍進までお気軽に。ご連絡をお待ちしております。

SNSを考える 住宅コラム

以前は、分譲住宅、賃貸住宅を選ぶ際に、どのような媒体から情報を得ているかというと、テレビ CM を筆頭に、住宅専門誌、新聞広告・チラシなどが主流で、一部にブログやネット上の掲示板が用いられる程度でした。

しかし、現在では SNS が情報源の主流になっています。それは、文字や広告写真だけでなく、現場画像や動画などによる多面的な情報提供が実現しているためです。

ある情報サイトの調査によれば、居住用新築マンションを購入した $40\sim50$ 代において、購入時の検討材料に用いた媒体では、トップが YouTube となり、全体の 6 割を占める人が活用していました。その次に Instagram や Twitter が続き、5 割強の人が用いています。 そして、不動産ポータルサイトや TikTok、ブログ、クチコミサイト、テレビ CM が続きますが、全体の $3\sim4$ 割の活用に留まり、紙媒体は完全に主流から外れています。

最大の理由は、情報のリアルさにあると思われます。前述のように、現場画像や動画によって、様々な物件情報がよりリアルに提供され、仮に現地に赴くことが出来なくても、 実際に物件を訪れた時と同じ感触を得られるからです。

これに加えて、ユーザー目線によるコメントも大きく影響しています。売主側は物件の良い点を中心に説明し、瑕疵などがあっても、法的に説明義務がないものはあえて説明しない傾向があります。しかし、ユーザーは、何事にも忌憚なく意見を言い、それが購入の是非の大きな決め手となるからです。

もちろん、SNSにおける拡散や炎上などを狙った情報操作によって、その危うさも指摘されていますが、現在のネットユーザーは、そうした裏読みに慣れており、情報の真贋を見極める力が備わっていると言われています。まさに SNS は、住宅選びの検討材料に活用する情報源としては、非常に有用性が高いと言えましょう。

同時に SNS は、住まい選びの一次審査であり、その一次審査で振るい落とされてしまえば、最終的な購入契約まで行くことができないのです。しかし、この一次審査を通過すれば、お客さまの意思がほぼ固まっていると言っても過言ではありません。大いに SNS を活用して、お客さまとの win-win の関係を築いてください。



本 社 ^{〒337-0043} 埼玉県さいたま市見沼区中川106-1 **回**048-688-3388 **図**048-680-7615 東 京 〒107-0062 東京都港区南青山2-2-8 DFビル2F 営業所 **図**03-6804-2542

URL=http://www.yakushin.jp E-mail=yakushin-no1@nifty.com

関連会社 株式会社 ヤクシンジャパン

関連会社 **S**First Arrows ファーストアローズ

事業内容

防水工事: FRP、ウレタン、塩ビシート、 ゴムシート、アスファルトシーリング、注入、 ピンニング、シングル葺き

木材保存工事:床下点検、シロアリ駆除 及び予防、調湿剤、床下換気等

塗装工事: 各種塗装

外部点検:屋根、陸屋根、バルコニー、 外壁 等診断