



今の禍は幸せの種



『全寿富貴、これ福という。しかして福は禍あるに』(解老)

『禍があればこそ福が得られる』と説いているのだ。

禍に直面すると自分はなんて不幸な人間なんだ...

なぜ自分ばかりがこのような目に遭うのかと嘆きたくなる。

核家族化が進み、古き良き時代のように家族が身を寄せ合い、年寄りをいたわり、貧しい食卓を囲む。

貧乏人の子たくさんという言葉が合ったほど、どこの家族も兄弟がたくさんいた時代。

そのような時代でも子供を大切に育ててきた。

核家族化は独居老人をたくさん生み出している。

寿命が延びただけが果たして幸せだろうか。

親が住むところにも困り、食べるものに不自由しても、子供たちは自分のことで精いっぱい。

子供に頼ろうとすればするほど邪険にされる。

その寂しさは長寿をむしろ恨ませる。

年をとっても心配なく暮らせる、その富貴はあるか。

裕福・幸福の【福】は、そもそも【禍】があることで、もたらされるものだという。

今の禍は幸せの種と思うべし

情報提供: 特別情報紙

コープ住宅、年間工事件数 1万 8979 件 コープ系トップ売上高の戦略とは

数字で見るコープ住宅	
年間工事件数 1万8979件 <small>工事のほとんどがコープ組合員からによるもの。営繕や小工事メニューを充実させ、生活の困りごとを解決</small>	平均単価 30万円 <small>トイレ交換やクロス張り替えだけでなく、建具の調整、鍵の取り付けなどの小工事が多い</small>
成約率 73% <small>顧客のほとんどがコープ会員であることもあり、相見積もりになりにくく、成約率が非常に高い</small>	1人当たり額 年間1000万円 <small>1万件以上の工事を、営業社員81人でこなす。下請け工事が簡易見積もりを出すことで、手間を軽減している</small>

年間 1 万 8979 件もの工事を受注し、約 55 億円を売り上げるコープ住宅(兵庫県神戸市)。同社は約 169 万人のコープこうべ会員を対象に事業を展開。顧客の 98%を組合員が占めている。全国のコープ系のリフォーム会社でトップレベルの売り上げを誇る同社の戦略とは。 **引き合いは年間 2.5 万件**

圧倒的な工事件数を獲得できる秘訣は集客力にある。引き合いは半期で 1 万 2569 件。 **組合員へは、2 種類のチラシを使ってリフォームをPRしている。**

その 1 つが、**年 5、6 回、配る B3 カラーのチラシ。毎回 100 万~110 万部を配布している。**コープこうべの店舗チラシの片面を利用しており、食品を見た後に自然と目が行くようになっている。

トイレ交換やクロス張りの他、網戸の張り替えや水漏れ、建具の調整、鍵の取り付けといった、**気軽に頼める小規模なリフォームメニューの充実**も引き合いの多さにつ

ながっている。 **もう 1 つは、コープこうべの商品宅配と一緒に渡す B4 両面カラーのチラシ。**

配布は月に 1 回。ユーザーが購入した商品とともに届くので、目を通してもらいやすい。

チラシには、キッチンリフォームやクロス張り替えなど、17 のサービスを掲載。それぞれに商品番号が割り当てられており、コープこうべの商品購入申込み用紙に、番号を記入することで、手軽にリフォームの相談や見積り依頼することができる。顧客となっている組合員の多くは、食品の購入などで、普段からコープこうべに馴染み親しんでいる。「買い物はコープで」と考えているユーザーも多く、相見積もりになりにくい。

引き合いからの成約率は 73%と高い。

「組合員の方の悩みを解決するために、小さなお困りごとに積極的に対応するという姿勢が人気の理由」

工事店が簡易見積もり

年間工事件数のうち、9 割を超える 1 万 7260 件が 100 万円未満の工事。平均単価は 30 万円ほどだ。この膨大で低単価な工事をどうこなしているのか。

ポイントは 2 つ。 1 つは**見積もり作成の効率化。**約 90 社の工事協力会社が、同社が定めた単価表を元に簡易見積もりを作成。それを社員が精査して正式な見積もりを作るという方式を採用している。

もう 1 つは**現場管理。**協力会社が中心となって行うことで、営業担当者は契約業務に専念できる。**81 人の営業担当者 1 人当たりの月間受注高は 1000 万~1200 万円ほど。**

利益の一部を手間賃として工事店に支払っているので、粗利は 22.2%とやや低いが、件数の多さでカバーしている。

人材育成も本格化

資格取得など、スキルアップにも力を入れている。 昨年からは**毎月 1 回、「知識向上テスト」を実施。**これは、最新の住宅設備についての知識を問うもの。住宅設備・建材に関する書籍「VALUE UP」を配布し、**毎回範囲を決めて出題している。** **結果は数値化して順位を付け公表。**上位者は全体会議で**表彰され、賞品が与えられる。**

営業マンのスキル向上により、受注単価の上昇が見込まれる。今後も売り上げを伸ばしていきたい。

情報提供: リフォーム産業新聞