

週刊 IOI 住産 NEWS

編集・発行 あいおい損害保険㈱

あいおい損保向け「業界の話題（27）」 「V C、環境変化で運営方針を転換」

今日のポイント

- ・ ジャーブネット、「量」から「質」へ
- ・ 市場構造の変化に対応
- ・ 工務店も「質」の重視を



運営方針を「量から質」に

今回は、工務店と競争関係にもある、ボランティアチェーン（V C）業界で起きた、ある変化についての話をさせていただきます。この変化はある意味、新築戸建て住宅の市場というものが、従来と比べて変化しつつあることを、象徴する事柄と言えるためです。そして、このV Cの「変化」の根底にある理由は、工務店の皆さんにも関係する、今後の住宅市場で経営を続けていくために、常に頭の中に入れておくことが必要とも言えます。以下、具体的に紹介させていただきます。

質重視がますます強まる（イメージ写真）

全国的なV Cであるジャーブネットを運営するアキュラホーム（本社＝東京都新宿区、宮沢俊哉社長）は、先に行われたジャーブネットの全国大会で、これからは加盟店の数およびグループ全体としての供給棟数の拡大を運営の最大目的とはせず、提供する住宅と加盟店の『質』を重視する方向に、グループの運営方針を転換することを打ち出しました。

みなさんをご存知の通り、ジャーブネットは、アイフルホームのような加盟店と本部とのつながりが強いF Cではありませんが、グループに加盟している工務店の数と、グループ全体の扱い戸数の拡大を指向する点において、F Cと近い性格を持ちます。

こうしたV CやF C、またパワービルダーなどが、なぜ数の拡大を求めるのかは、供給する住宅の戸数が多いことを消費者にアピールすることで、「多くの消費者に支持されている住宅供給者」とのブランドイメージを持たせ、それをさらに住宅の販売につなげることを目的としています。新築市場が右肩上がりでも拡大してきたこれまでは、どのグループも、こうして数の拡大を至上命題として運営してきました。

では、なぜ、ジャーブネットは運営方針を転換したのか。それは、これからの住宅市場は、瑕疵担保履行法や長期優良住宅の考え方に代表されるように、いかに消費者に対し施工サイドが会社として安心・安全を提供できるか、また、いかに高品質の住宅を提供できるかの要素をアピールする方が、グループとしての規模をアピールすることより大事になってくると判断したためです。つまり、消費者が施工業者を選ぶ基準として、「保証体制をキチンと整備し、高品質の住宅を提供しているかどうか」がクローズアップしてくる——と考えたといえます。

このことは、地域で活動する工務店にも、まったく同じことがあてはまります。工務店も消費者に対し、自社が、保証体制などの面が充実しており、購入した住宅を中古市場で販売した場合でも、資産価値として優れた高品質な家を提供できる力を持っていることを、消費者に伝えることの大切さがこれまで以上に重要になってくるのです。

ジャーブネットでは今後の運営方針として、（1）提供する住宅の仕様高度化、（2）住宅保証機構が扱う瑕疵担保責任保険の団体割引適用基準の新設、（3）会員が建築する住宅をジャーブネットとして性能・品質をチェックする体制の確立、（4）消費者の信頼獲得としての経営指導や住宅建築のスキルアップ——などを行う方針です。これらの策を「規模が違うV Cのやること」と考えず、何がしかの形で、工務店の皆さんも実行することが望まれているといえるでしょう。

