



鈴木一功社長

「おうち110番の対」の頭文字を取った「テン・シン・ハン」を合言葉にして広める。

リフォーム、新築を手掛けるクリエテック建設

悪質業者から地域を守る

相談窓口のボランティア募集

同社が考えた悪質リフォーム業者に対する予防対策は、当事者と行政や役所の間に、ボランティアの相談窓口と地元企業を巻き込むことだ。同社はボランティア相談窓口を募集して、家のフェンスなどに「おうち110番の家」の活動を伝え、同社への相談依頼のサポートを行う。相談を受ければ同社は、エリアは限られるが



看板は同社のマスコットキャラクターの雀のすずちゃんがかかっている



合言葉は「テン・シン・ハン」。ボランティアとともに地域を悪質リフォーム業者から守る

「この取り組みにより1年後、2年後、3年後の問い合わせが増えるでしょう。現在はコロナの影響で人材不足のため、仕事を増やすのではなく、ファンを増やす戦略です。3～5年後の仕事先には、必ずしも「悪質リフォーム業者」がターゲットになるわけではありません。むしろ、この取り組みを通じて、地域の信頼を高め、悪質業者の活動を抑制したいと考えています。」と鈴木一功社長は話す。

「昨年、屋根が壊れていると聞いて訪問して、飛び込み業者に関する相談を50件ほど受けました。そのうちの49件は問題がなかったです。また私の会社の職人を名乗っている業者がいました。屋根が壊れている、白アリが発生した、保険が使えるなどと言って訪問をする怪しい飛び込み業者が多いため、啓発活動をしようと思いましたが、今後について鈴木社長

無料点検に向かう。問題があれば同社が行政に連絡をする。当事者、ボランティア相談窓口、同社、行政や役所でチームになって悪質リフォーム会社をバリアするイメージだ。見積もりの作成や工事の提案は、相談者からの依頼がない限り行わない。

「この取り組みのメリットは、ボランティアにとつて自分や近所の家を守ることができ、近所の家との絆が深まること。同社にとつてはファンを増やすことができること。この取り組みにより1年後、2年後、3年後の問い合わせが増えるでしょう。現在はコロナの影響で人材不足のため、仕事を増やすのではなく、ファンを増やす戦略です。3～5年後の仕事先には、必ずしも「悪質リフォーム業者」がターゲットになるわけではありません。むしろ、この取り組みを通じて、地域の信頼を高め、悪質業者の活動を抑制したいと考えています。」と鈴木一功社長は話す。

「この取り組みを最終的には日本全国でできればと思います。そのため、商標も取得する予定です。看板を100人の家に貼ってもらいたい」と話す。

新連載VOL. 9

「その仕事、正社員じゃなきゃダメですか？」

魅力的なプロ人材を活用するなら今。プロ人材市場が熱い。

プロフェッショナルなフリーランスという働き方を選ぶ人が増加中
フリーランスの人数は、2022年総務省の調べによると257万人にも達し、年々増加傾向にあります。これは派遣社員よりも多く、間もなく契約社員の人数にも迫る勢いだそうです。このような事実からも「自分の得意な領域のスキルで価値を出せる」と考えている人が増え、フリーランスが正社員に次ぐスタンダードな働き方として定着し始めてきたと考えられます。しかしその一方で技術や能力は高いのに、稼げていないフリーランスが多いと感じるのも事実です。というのも会社員と違ってフリーランスは商品開発と販売、両方できないといけなくて、どちらも得意な人はなかなかいません。もともと会社員で「会社のブランド」があるから売れていたり、営業担当が販売を担っていたという人も多く、実力はあるのに売るのが不得意という人たちがたくさんいるのです。

見極めは困難？「能力の高いプロ人材」の共通点
すばらしいスキルを持っているのに売れていないフリーランスは企業にとっては「狙い目」の人材ということになります。能力が高い人を見つけ、しっかりつながりを作って、囲い込むことができる企業が圧倒的に有利になってきます。そこで重要なのがそのスキルの見極めでしょう。こ

れは非常に難しく、一緒に働いてみないとわからない部分が多いのも事実です。また社長やマネージャーなど、使う側との相性やマネジメントスキルによってもパフォーマンスが変わってきます。とはいえ優秀なフリーランスにはある共通点があります。それは「クライアントからのオーダーの本質を理解している」という点です。オーダーに対して「目的地」から逆算し、さらにプラスαの提案ができるかどうか一つの指標となります。なんでもかんでも「できます!」「やります!」と、とにかく安請け合いです。ではなく、「目的」まで深く入り込んで「だからこういう手段の方がいい」と提案してくれたりする人がお勧めです。

優秀なプロ人材を見抜くコミュニケーション
さらにもう一つ、コミュニケーションのなかから見抜くポイントもお伝えします。まず一番簡単なのは「ルーズではない(きっちりしている)」ということ。服装や時間はもちろんですが、オンラインならルーズさにも注目してみてください。プロ人材との最初の打ち合わせはオンラインであることが多いですが、在宅中に業務とは関係のないことに気をとられていることがあります。私もしばしば遭遇するのは宅配便などの来客で席を外したりというケースです。こういった人材とは経験上あまりうまくいきません。あとは自己紹介をする時に有名な誰々と仕事をしたと

か、こんなすごい作品に関わったとか、自分以外のことばかり話す人は要注意です。確かに凄そうに聞こえるので盛り上がりがちではありますが、本当にできるプロ人材は人の威を借りて過度に盛り上がりません。それよりもこちらのニーズや本音を引き出すために傾聴してくれるはず。そういうことが自然体でできる人は間違いなく仕事ができるはず。ぜひプロ人材を採用するときには注目してみてください。

Profile
ランリグ
渡邊昇一社長



渡邊氏が経営するランリグは、住宅業界に特化した総合企画会社。20年間で1000社以上を支援し、500店舗以上が加盟するリフォーム事業ネットワーク「センリョク」など、VC構築にも多数携わる。渡邊氏自身のラジオ番組「教えて!リフォーム・工務店経営」は、開始から9年400回以上の配信を経て、毎月2万人以上が視聴する番組に。また、2023年6月には、所属する2000人以上のプロ人材を紹介する事業【その道のプロ】をリリース。

タカラ産業

大型スーパー店内に新店

水回り設備を14台設置



店舗内外観。バスやキッチンが並んでおり、打ち合わせも2組できるようになっている

リフォーム売上高約4億円のタカラ産業(岡山県津山市)は、大型スーパーアルティ店内に水回りリフォーム専門のショールームをオープンした。場所は1階の1角で、大きさは約25坪。特徴は水回りリフォーム専門店としたところ。

キッチン4台、システムバス3台、洗面化粧台は4台、トイレ3台の全14台を展示。メイン商品はタカラスタンダード製で、バスはプレテンシアやグラランSPA、キッチンはレミューなどがある。トイレはTOTO製だ。店内

千代田区)の内窓も一部展示している。「私たちが常に自信を持ってお勧めしているタカラスタンダードの商品を軸に、水回り商品を固めています。高齢者の多い地域なので、リフォームで老後を豊かにしてほしいな、と思い水回りに特化しました。出入り口は2カ所、買い物途中の人が入る通路と、駐車場から来た人向けがあり、駐車場側にキッチンを象徴展示しています」(河本義登社長)



河本義登社長

また内窓工事も多いので、YKK AP(東京都

が現調につながった。来場者の多くは60代以上の高齢者。これまで600万円の売上を上げ、12件の見積もり依頼が取れている。「初めて現物を見たという方がおり、そこから受注につながった事例も出ています。店を出してよかったなと思いますね」

「この取り組みを最終的には日本全国でできればと思います。そのため、商標も取得する予定です。看板を100人の家に貼ってもらいたい」と話す。

理由は大きく2つ。1つが、以前から津山市の西側、真庭市に進出するためにショールームを出店を考えたから。同社のメイン商圏は、県北にある津山市。良い店舗がないか探していたが、十分に駐車場を確保できる店が見つからなかった。ちょうどその時に、店舗側から声掛けをもらい出店を決めた。

「この取り組みにより1年後、2年後、3年後の問い合わせが増えるでしょう。現在はコロナの影響で人材不足のため、仕事を増やすのではなく、ファンを増やす戦略です。3～5年後の仕事先には、必ずしも「悪質リフォーム業者」がターゲットになるわけではありません。むしろ、この取り組みを通じて、地域の信頼を高め、悪質業者の活動を抑制したいと考えています。」と鈴木一功社長は話す。

「この取り組みを最終的には日本全国でできればと思います。そのため、商標も取得する予定です。看板を100人の家に貼ってもらいたい」と話す。

ランリグ 渡邊の

「その仕事、正社員じゃなきゃダメですか？」

魅力的なプロ人材を活用するなら今。プロ人材市場が熱い。

プロフェッショナルなフリーランスという働き方を選ぶ人が増加中

フリーランスの人数は、2022年総務省の調べによると257万人にも達し、年々増加傾向にあります。これは派遣社員よりも多く、間もなく契約社員の人数にも迫る勢いだそうです。このような事実からも「自分の得意な領域のスキルで価値を出せる」と考えている人が増え、フリーランスが正社員に次ぐスタンダードな働き方として定着し始めてきたと考えられます。しかしその一方で技術や能力は高いのに、稼げていないフリーランスが多いと感じるのも事実です。というのも会社員と違ってフリーランスは商品開発と販売、両方できないといけなくて、どちらも得意な人はなかなかいません。もともと会社員で「会社のブランド」があるから売れていたり、営業担当が販売を担っていたという人も多く、実力はあるのに売るのが不得意という人たちがたくさんいるのです。

見極めは困難？「能力の高いプロ人材」の共通点

すばらしいスキルを持っているのに売れていないフリーランスは企業にとっては「狙い目」の人材ということになります。能力が高い人を見つけ、しっかりつながりを作って、囲い込むことができる企業が圧倒的に有利になってきます。そこで重要なのがそのスキルの見極めでしょう。こ


れは非常に難しく、一緒に働いてみないとわからない部分が多いのも事実です。また社長やマネージャーなど、使う側との相性やマネジメントスキルによってもパフォーマンスが変わってきます。とはいえ優秀なフリーランスにはある共通点があります。それは「クライアントからのオーダーの本質を理解している」という点です。オーダーに対して「目的地」から逆算し、さらにプラスαの提案ができるかどうか一つの指標となります。なんでもかんでも「できます!」「やります!」と、とにかく安請け合いです。ではなく、「目的」まで深く入り込んで「だからこういう手段の方がいい」と提案してくれたりする人がお勧めです。

優秀なプロ人材を見抜くコミュニケーション

さらにもう一つ、コミュニケーションのなかから見抜くポイントもお伝えします。まず一番簡単なのは「ルーズではない(きっちりしている)」ということ。服装や時間はもちろんですが、オンラインならルーズさにも注目してみてください。プロ人材との最初の打ち合わせはオンラインであることが多いですが、在宅中に業務とは関係のないことに気をとられていることがあります。私もしばしば遭遇するのは宅配便などの来客で席を外したりというケースです。こういった人材とは経験上あまりうまくいきません。あとは自己紹介をする時に有名な誰々と仕事をしたと

か、こんなすごい作品に関わったとか、自分以外のことばかり話す人は要注意です。確かに凄そうに聞こえるので盛り上がりがちではありますが、本当にできるプロ人材は人の威を借りて過度に盛り上がりません。それよりもこちらのニーズや本音を引き出すために傾聴してくれるはず。そういうことが自然体でできる人は間違いなく仕事ができるはず。ぜひプロ人材を採用するときには注目してみてください。

Profile
ランリグ
渡邊昇一社長



渡邊氏が経営するランリグは、住宅業界に特化した総合企画会社。20年間で1000社以上を支援し、500店舗以上が加盟するリフォーム事業ネットワーク「センリョク」など、VC構築にも多数携わる。渡邊氏自身のラジオ番組「教えて!リフォーム・工務店経営」は、開始から9年400回以上の配信を経て、毎月2万人以上が視聴する番組に。また、2023年6月には、所属する2000人以上のプロ人材を紹介する事業【その道のプロ】をリリース。