

求められる新しい仕組みづくり  
施工時の建物品質の可視化と竣工検査から長期維持管理まで

# 建物価値向上へ 民間企業ができること

本格的なストック時代を迎える中、建物の価値向上に向け、どのような仕組みが求められているのか。民間企業ができることは何か。バーンリペアの藤本剛徳代表取締役と、ネクストステージの小村直克代表取締役に聞いた。

NEXT STAGE  
小村 直克  
代表取締役社長



バーンリペア  
藤本 剛徳  
代表取締役社長



**小村** 私はネクストステージを起業する前、住宅事業者や建材商社で働いていました。その当時、住宅のキズの補修などでバーンリペアさんにお世話になることが何度もありました。本格的なストック時代を迎える中で、建物をどのように維持管理し、資産価値を維持向上させていくのか。御社のサービスの重要性がますます高まってきていると感じています。現在、どのようなサービスラインアップを持ち事業展開されているのでしょうか。

**統一基準の検査とシステムで品質向上をサポート  
リペアは付加価値の一つ**

**藤本** バーンリペアは約25年前、リペア事業からスタートしました。親会社であるキャンディル代表取締役社長の林晃生が創業者で、林が当時住んでいた賃貸住宅から引っ越しをする際に、床に2cmほどのキズがありトラブルになりました。キズの修理に対応できる事業者がなく、賃貸物件の管理事業者から

床の全面張り替えで70万円の費用がかかると言われ、直す材料を探し、日本で唯一、輸入補修材を扱っていた東陽トレーディング（現グループ会社キャンディルデザイン）を見つけ、見よう見まねで補修し、何とかトラブルを回避しました。同じような悩みを抱えている人は、世の中にたくさんいるのではないかとバーンリペアを起業したのです。

約12年前には、検査事業をスタートしました。当時の状況としては、現場管理の精度が荒く、住宅の引渡し品質も下がりがちになり、結果、顧客（オーナー）満足度も下がるといふ悪循環が発生しておりました。その悪循環を止めるために我々が竣工検査と、その後のリペアに入り引渡し品質を維持するお手伝いを行うのであれば、根本的な品質向上のご提案ができるのではないかと、リペアだけの事業から視点を切り替えたのです。

また、約15年前から、定期点検のサービスもスタートしています。大手ハウスメーカー

は、一定の住宅品質を備え、多くの専任スタッフや、アフターサポート専門の子会社を持つこともできます。一方、中小や地域に根付いた住宅事業者は、アフターサポートを行うノウハウや、担当者の採用・育成などに特に苦労されており、ご相談をお受けすることも多々ありました。

当時、特に建売業者は、住宅を建てて売ったら関係性が終わっていた時代です。

さらに、引渡しから2年以内の瑕疵点検サービスのほか、5年、10年、15年といった長期の点検サービスも提供しています。今や住宅の引渡し前のリペアだけを行う会社や、点検だけを行う会社、コールセンター対応だけを行う会社は、たくさんありますが、住宅の引渡し品質を住宅事業者と共に改善していく会社や住宅の長期にわたるサイクルに対応する会社は多くありません。我々が住宅品質の向上や、オーナー満足の向上に目を向け住宅事業者と共に提供している点検サービスは累計で66万件にも上ります。

**小村** リペアは引き渡しから2年以内の定期点検サービスの対応期間に行うことが多いのでしょうか。

**藤本** リペア対応が多いのは引渡し前ですね。20年前に比べてリペアだけを専門に行う補修会社が増えていきます。なかなか補修に予算をかけていただけないという課題はありますが、補修会社が増えた背景には、引渡し前にしっかり補修することは当たり前という状況が住宅業界に根付いたことにあります。引渡し前の対応とフォローの良し悪しが、長期の関係性継続に影響することが住宅業界では常識化しており、住宅事業者の品質への意識は、昔と比べ、格段に上がってきていると感じています。住宅オーナーは、住宅事業者の目線とは異なり、目に見えるところでは判断できませんから、おのずと関心が美観や機能に向かいます。だからこそ引渡し前にしっかり対策を行うことが住宅事業者の価値につながるのです。

住宅事業者に引渡し品質の改善

善サービスとして導入いただき、課題を見える化・対処することで、住宅の品質改善に取り組ましようという提案を強化しています。検査を統一基準で実施し品質改善への取り組みを行った上で、それでも発生してしまうキズに対処するため我々の全国均一品質のリペアサービスが準備されているという考え方です。

また、我々はただ検査を行うだけではなく、「ヨクスル」という検査システムを使用し、検査結果を集計して傾向を分析・定点観測し、品質向上に向けての改善点とその方策を、住宅事業者に提案しています。そのような品質向上への課題意識を持つ住宅事業者は着実に増えてきており、そうした住宅事業者の方に、お引渡し品質向上のヨクスル（検査サービス）を導入いただいています。

検査はコストではなく、先々のビジネスにつながる先行投資とも言えます。引渡し品質のよい、きれいな住宅を引渡し、その後もしっかりアフターサービスで対応してもらえれば、オー



## 品質向上につながるサービスは コストではなく先行投資（藤本）

いった点検とメンテナンスの証明書が付けば、エンドユーザーは安心し、少し高くても買手が付きます。

では、住宅はどうかというと、そもそも新築時の性能値がはつきりしない。設計段階で耐震等級3という性能値であっても、果たして、その設計通りに施工され、耐震等級3という性能値が、住宅の建設時に確保されているのかは分かりません。3リットルのエンジンが載っていると言っているのに、トランクを開けたら実際には660ccの軽自動車のエンジンしか積んでいなかったといった話は、住

ナーは、長くその住宅事業者と付き合っていきたいと思うでしょう。オーナーにとってプラスであり、それは住宅事業者にとってもプラスになるはずで

**小村** 同じような発想を、我々も約15年前に起業し住宅品質向上に取り組み中で、早くから持っています。我々は、住宅の製造プロセスの中で、施工不備があっても後戻りできる10回のタイミングをマイルストーンとして設定し、現場監査を行っています。10回の監査で30万円近い料金がかかります。これをコストだと見る住宅事業者は少な

くありません。製造業であるからには、品質管理にかかる費用は、コストではなく原価です。しかし、住宅を売ることが重視し、製造への配慮が少ない住宅事業者には、なかなか理解してもらいにくいことも事実です。

また、料金アップを最終的にどこに転嫁すればいいのか。私は、エンドユーザーに、住宅価格の一部として負担してもらうのが妥当だと考えています。そ

のためには、住宅品質向上のために不可欠な取り組みであることをエンドユーザーに対して、営業担当者がしっかり伝え、その価値を響かせていくことが重要になります。

そこで我々は、エンドユーザーへのアプローチも強化しています。監査時の写真や品質監査レポートなどを、住宅完成時には「現場監査記録書」としてオーナーに渡しています。また、エンドユーザーを意識した動画も作っています。

我々、そしてバーンリベアさんのサービスを導入することで、どのようなベネフィットを受けられるか。住宅事業者だけでなく、エンドユーザーに対してもしっかり伝え、浸透させていくことが、建物価値の向上に向け、鍵になると考えています。

**藤本** 住宅事業者、住宅オーナーどちらが大事かと言えば、どちらも大事です。オーナーを見て、オーナーが欲しているものを提供していかなければ、住宅事業者の業績向上につながりません。住宅事業者のお客様は

オーナーであり、オーナー目線で、我々ができるサポートは何かということを考え、提案しています。今の我々の引渡し品質向上検査を導入いただくことで、お客様である住宅オーナーも住宅事業者も双方に大きなメリットがあるということをお伝えしています。

### 初期性能、品質の見える化 信頼できる点検、メンテで 購買意欲を刺激

**小村** 建物価値は20年でゼロになるといわれていますが、ひと

つ救いがあるのは、エンドユーザーの購買意欲です。どんな既存住宅であれば住んでいいと思うのか、シンブルにたどつていくと答えが見えてきます。既存住宅を購入する際にエンドユーザーは、どんな情報を参考にしているのか。ポイントは大きく2つあります。ひとつは、駅から何分かといった立地や、日当たりは良好かといった住環境に関することです。

もうひとつは住宅の性能や品質もポイントになります。しかし、自動車やパソコン、家電などは、どんな商品でも新品で

買った時に性能値が見えていますが、住宅だけは定量的な性能値、品質がわからないのが実情です。新品の時の性能値が明確になっており、なおかつ修理や故障に関する履歴情報が適切に残っているからこそ、中古で購入する際の価値を評価できるのです。

中古車販売店に、中古の高級車が50万円で売られていても、なかなか買いたい手はつきません。メーターが戻っているかもしれないといった怪しさがあるからです。一方で、走行距離に対してきっちりオイル交換をしたと

## 品質向上に不可欠なサービスの価値 エンドユーザーへの浸透が鍵に（小村）

宅に置きかえるとよくあることです。計測したわけでもないのに、耐震等級3と言っているわけです。

我々が新しく開発したヒンシツアナリティクスクラウド「クオリツ」は、評価、分析、改善という住宅の製造プロセスにおけるPDCAサイクルをクラウド上で高速回転させることで、製造に関わるあらゆるスコアリングから本質的な課題解決と新しい価値を生み出します。製造時の建物品質を可視化できる機能も備えおり、見える化した建物品質の情報を有効活用することで、建物の維持管理の効率化、建物価値の向上に貢献していると考えています。

### 工務店の再受注率は16% ライフサイクルの利益に 無頓着

ないと、住宅購入にネガティブな若い人たちが、住宅を購入しようという考えに変わるかもしれません。将来的に建物に価値がなくなり、家を売りたいが売れないといった状況を解消していくことは重要なことです。その意味でも御社のサービスは魅力があります。業界を変えることができるかもしれません。

建物価値向上に向けてできることは、建物の新築時の初期性能や品質を見える化し、しっかりと点検とメンテナンスを行い、その履歴情報を残しながら信頼を獲得していくことしかないと考えています。

**藤本** 定量的に住宅の性能や品質を可視化できれば、先々の住宅資産価値がどうなるかわから

**小村** もうひとつ私が気になっているのは、地域工務店の再受注率が16%程度だという数値です。地域工務店に依頼し、1回新築を建て、もう1回同じ工務店でリフォームをする割合が2割に満たないということ。地域に根差す工務店でありながら、生涯顧客化できていないことを如実に表す数字ではないでしょうか。工務店やリフォームの経営者は営業系出身の方が多く、技術系出身の方が少ないため、売ることが1番、つくることが2番となっていることが影

響しているのでしょうか。また、契約時の瞬間風速的な利益で儲かったと判断されている。住宅が建つ後の10年間のメンテナンス費用を考えれば、建てる時にしっかりと品質管理にお金をかけた方がいいと思うのですが。やはり長期的事業であるという経営意識が少なく、無頓着な住宅事業者も多い業界だと感じています。

**藤本** 住宅事業者の悩みは、まさにOB顧客を生涯顧客化できていないことだと思います。定期的にはオーナーと接点を持たなければ、オーナーは離れていきます。これまでは、定期的にリフォームなどメンテナンスの案内をハガキで送る、あるいは住宅事業者主催のイベントを開催するなどして、オーナーとのつながりを維持するといった方法はありましたが、管理コストや手間が大きいため、継続していくことが難しいという状況があります。新築市場が縮小していく中で、何も手を打たなければ先細りしていくことは確かです。

そこで我々は、2021年8月、住宅事業者に向けて、各社独自のオーナー向け専用サイトの構築、運用から生涯顧客化を支援するオーナーズクラブ型コミュニティソリューション「ツナゲルクラウド」の提供を開始しました。オーナーの中には、建設を依頼した住宅事業者に不満があるかもしれないという方もいるかもしれませんが、多くは、竣工から5年、10年経ち、住宅事業者との接点がなくなれば、何か家に関する困りごとが起こっても、どこに連絡すればいいかわからないのが実情ではないでしょうか。ツナゲルクラウドは、そうならないためにオーナーとの継続した接点をつくる仕組みです。

オーナーに対して建築中の情報提供はもとより、住み始めて以降の家に関する履歴や情報を蓄積・提供します。また、長期保証制度のもとで長く安心して快適に住み続けるために必要な相談やコミュニケーションの窓口機能も搭載しています。さらに、建てた住宅事業者がメン

テナンスやリフォームの提案、キャンペーン案内などができる機能もメニュー化しています。オーナーと住宅事業者がツナゲルクラウドを通し継続的なつながりを維持することで、快適な住環境と、資産でもある住宅価値の維持・向上に貢献していきたいと考えています。さらに住宅事業者のアナログ式の案内・連絡などをWeb化することで負担軽減を図り、長期的なメンテナンス計画によるリフォームやリノベーションの案内まで、顧客のスマートフォン上で展開できる一連の仕組みを提供し、



## 生涯顧客化が住宅会社の課題 クラウド上でオーナーとの つながりを維持（藤本）

運用をサポートします。

**小村** ストックの分野には、宙に浮いている課題がたくさんあると感じています。前述したように、そもそも新築時の初期性能がはつきりしないために、10年後、20年後、性能が初期値に対してどの程度落ちたのか把握しようがなく、建物の価値を評価することができません。また、多くの住宅で、定期的な点検が行われていない、引き渡し後の履歴が残っていない、といった課題もあります。

施工管理、維持管理まで、住宅品質に影響を与える項目を体系化しており、品質を評価、スコアリングし、適切な改善計画をコンサルできる機能を搭載しています。ただし、我々が第三者として直接関与し、技術的なコンサルができる設計監理、施工管理の工程と、維持管理の工程は分けて考えていく必要があります。基本的にバーンリペアさんのような会社や、維持管理工程を担っていくことがいいと思っています。

それぞれの役割を分けた上で、連携できる可能性はありそうです。私は、設計仕様の基準に対応して、維持管理の点検項目も連動すべきと考えています。今のメンテナンスは、何か不具合が発生したときに直しに行くということが主流ですが、例えば、無垢材で建てた住宅であれば、木がやせていくことは分かっていることです。緩んだボルトを5年間くらいは毎年、絞めるということや、点検項目として設定したスクラ化します。

適切な点検とメンテナンス  
その履歴が  
建物価値向上に寄与

**藤本** ツナゲルクラウドには、点検、メンテナンスを行った履歴を残す機能を搭載しています。20年後に、オーナーのライフスタイルが変わり、家を売りたいとなれば、その履歴が適切に点検、メンテナンスを行ってきたエビデンスになり、家の資産価値の評価を上げることにも役立つでしょう。

**小村** そうですね。今日、藤本さんとお話して、自分たちのキラーコンテンツが何かを把握し、それを磨いていく姿勢など、バーンリペアさんと「筋」が似ているということを感じました。自分たちができないこともわかっています。切磋琢磨し合い、ストックの資産価値の向上に民間会社ができることを一つでも貢献していきたいですね。

## 設計仕様に対応した メンテナンス・施工項目が必要 住宅品質での連携・協力体制も（小村）

える管理項目、タスクを体系化し、いつ監査を行うのかマイルストーンを立てています。同じように、クオリツで体系化しているタスクと紐づけて、維持管理工程に必要なタスクを選択し、また、いつ定期点検を行うのかマイルストーンを設定し運用していく。点検を忘れそうになったらアラームを鳴らして、住宅会社に知らせるといったこともできるのではないのでしょうか。

期顧客接点の価値提供をしていて、その前の住宅を設計し建てる段階から、品質管理のサポートを行うネクストステージさんとは、事業範囲、役割は異なりますが、今回の対談を通して、住宅事業者の高品質な住宅づくりをサポートし、竣工から何十年経過しても、オーナーが安心して暮らせる社会、バーンリペアのビジョンである、「ながく快適にくらす」ことができる会社につながり、目指す方向は同じであると感じました。