



宇都 正行 社長

ないように屋根を置こう」「じゃあ今度の休みの日にお父さんをつくろう」と言うように、親子の対話も生まれます。それが家ではないでしょうか。

「これはするな」。子どもがちよつとでも汚すとお母さんが目玉が飛び出すほど怒って。子どもは小さい頃に何もできない。窮屈でそれが溜まって大きくなって暴れてしまう。小さいときに屋上で生き物を飼って、死んだらお墓をつくってあげたり、ムシを卵から育てたり。その中で親子の絆も育つ。ですから、屋上緑化ということだけではなく、子どもが感性豊かに育つという人間形成の空間の提供です。

——都市部ではたしかに子どもをどこで遊ばせるのかは重要な問題です

「近くに公園があるから大丈夫」とおっしゃる方もいるかもしれませんが。でも、「公園の砂場はばい菌だらけ」と言われたり、「子どもが一人で遊びに行けば不審な人に連れて行かれるかもしれないので危ない」と言われたり、近くに公園があっても実際には安心して遊べません。しかし屋上庭園をつくれれば、家に帰って階段を登ればそこは夢の楽園です。

例えば、子どもが学校から帰ると、通常は自分の部屋に行ってテレビやゲームとなるでしょう。でも屋上庭園で生き物を飼ってあげばすぐそこ上がっていく。そしてお母さんが「御飯よ」と呼んで子どもが下りてくると、生き物と対話しているからニコニコしている。部屋でゲームしている子どもは御飯中もポンプンしている。何か殺伐とした人間に育ってしまう。成長とともに格段に差がついてしまうのではないのでしょうか。子どもはどこで何に興味を持つか分からない。子どもの性格もきつかけがあればガラッと変わる。しかし何もなければそのチャンスもありません。

——都市部では学校の校庭もコンクリートですからね

逆に地方で屋上緑化にする方も少なくあ



りません。こんなに緑が多くて子どもが遊ぶ場所もたくさんあるのにならしてなのか尋ねると、「地元の景色を眺めたい。最高の景色」と言われたりします。年に一回の花火大会を眺めたり。

だから、100人100様ですよ。我々は100人のお客様すべてに屋上庭園を提案すればいいとは思っていません。でも、こういう屋根づくりもできるという武器を工務店さんが持っているというだけで、非常に間口が広がる。

ストーリーを語ろう

——子育てについても考えて住まいづくりを提案してくれる工務店と言うだけで、施工の気持ちも全然違うでしょうね

そうしたストーリーを語れることがとても大切です。私も若い頃の経験を経て、ストーリーを語ることが大切だと思うように

なりました。

まだ若い頃、営業を勉強しようと、伊豆の熱川の別荘を飛び込みで販売する会社で1カ月半修業したことがあります。東京の等々力などの高級住宅街で飛び込み営業をしたのですが、「別荘は箱根に持っています」「那須にあるので」といった具合で誰も相手をしてくれない。

熱川と言えば温泉です。そこで私はアルバムを買ってきて温泉特集をつくりました。パンフレットの中に「命の洗濯をする」という言葉を見つけたので、「命の洗濯ができるすごいところがありますから、少しお話を聞いてくれませんか」と営業したところ、大抵、玄関を開けてくれるようになりました。

この営業は、熱川の別荘を見学する人を集める仕事だったので、上司でも多くて2人のところ、私は7人も集めることができました。それは「別荘を売る」ということではなく、「週末に熱川で温泉に入つて命の洗濯をすれば月曜から仕事が倍できるようになるのでは」というストーリーを語ったからです。

「このキッチンはいくつという性能がついています」「断熱材は〇mmです」「気密性が」と説明できることも重要ですが、なかなかお施主様に関心を持っていただけません。省エネ基準も義務化されますし、断熱性能は当たり前になりますから、最早差別化にはなりません。それによってどれだけ快適か、どれだけ健康に良いのか、ストーリーを語ることができれば、お施主様にも響くのではないのでしょうか。

——施主の暮らしや子どもが成長する様子を、工務店がどれだけ想像できるかですね

子どもをターゲットにするとストーリーが生まれます。子どもが一番大切なので、からお施主様に「子どもをここで遊ばせたら、どれだけ楽しいだろう」と思ってもらえれば、どんなに口下手でも受注につながる大きな武器になると思っています。