

◎株式会社 翔和緑花建設(千葉県大網白里町)

# 一般住宅の外構工事に商機を見出す

## —— 経済環境と顧客ニーズをとらえて成長 ——

植木や草花の緑は、現代人の生活環境の中になくてはならない要素である。

これらは住宅や都市の施設と一体化して見る人をいやす。

“グリーン・アンド・エクステリア”を事業コンセプトとする(株)翔和緑花建設。

同社は、工事現場や別荘の管理からスタートして、造園工事を経営の柱に据え、現在は一般住宅の門や塀などの外構工事も手がけ、10余年で売上高4億円の企業に成長した。社長の土屋忠和氏に同社の戦略を伺った。

### 現場の清掃からスタート 大型テーマパークでも施工

翔和緑花建設の工事経歴書の中で、ひときわ目を引くのが、関東の大型テーマパークでの植栽工事だ。創業から10年余り。主要取引先の下請けでの参加とはいえ、世間の話題を集めた大型プロジェクトの一翼を担ったわけである。実績づくりもさることながら、造園業としての能力を磨くという意義も大きかった。同社の土屋忠和社長(34)は「外周の生け垣と園内の草花のアレンジを手がけました。オープン時にどれだけ完成度の高い演出ができるかを追求するアメリカ式の合理的な施工には学ぶものが



門から玄関へのアプローチを施工

多くありました」と振り返る。

だが合理的といえ、土屋社長のスタート時の営業戦略も、実に理にかなったものだったといっている。設計事務所のサラリーマンからの独立だったこともあり、資金的には余裕がなかった。当面の運転資金はすみやかに確保しなければならない。そこで、土屋社長は工事現場の清掃管理業務と別荘の年間管理受託という、他人が目を向けない“すき間”に活路を見出した。

「当時、この大網地区は住宅新築で潤っていました。工事現場の数も多かったのですが、意外と整理整頓されていません。これでは施主の信用にもひびくだろうと、1棟約25万円でハウスメーカーに提案して、100棟ぐらい受注しました。同時に、房総は別荘の数も多いですから、法務局で持ち主を調べ、60坪・2万円で年間の管理を打診したわけです。これも350~400棟の契約となり、両方で数千万円の売り上げを確保できました」

造園工事業としての創業だったが、最初から形にとらわれない柔軟な、しかも身の丈に合った発想が同社の好発進につながった。フ

レキシブルという意味では、次の土屋社長の言葉も起業戦略から見ると興味深い。曰く「いまは時代の流れが早い。造園の植木もどんどん新種が出てきます。すべてに対応しようとしたら、とても創業できません。設計・施工・管理——私は7割覚えればいいと思いました。後の3割は走りながら最新のトレンドを身に付ける。そのことが結果的に施主のニーズを汲み取れる設計・施工体制につながるわけです」。

### 個人住宅ニーズを獲得 木のリサイクルも計画

かつては、あるいはいまでも造園業といえば職人の世界かもしれない。もちろん、伝統技術は継承しなければならないが、同時に、経営の近代化も不可欠であり、企業の優勝劣敗をも左右する。土屋社長は、そのキーワードを“生産性”に置く。少数精鋭で行う同社の完成工事高は4億円にのぼる。そのうち6割が利益の確保しやすい民間工事。とりわけ個人住宅の仕事が増え、経営の柱に育っている。2001年は約100軒で、これはその前年度のおよそ2倍にあたる。1件当たりの単価は約140万円。そのほとんどが建物の外観と一



代表取締役 土屋 忠和氏  
1968年千葉県生まれ。高校卒業後、設計事務所を経て独立。90年に翔和緑花建設を設立。2002年3月期の売上高は4億円。社員数は18人。所在地：千葉県山武郡大網白里町南今泉4881、電話：0475-77-3010。

体化したエクステリア(外構)工事および造園である。

土屋社長は「家の外回りの作り方には、鑑賞と歓迎と活用という視点があります。テレビや雑誌特集などの影響で知られるようになった“ガーデニング”は主に鑑賞になります。新設住宅着工数

### ☑成長のチェックポイント

得意な事業分野を持っていますか...

専門的能力は他社より高いですか...

生産性の高い仕事をしていますか...



植木の管理もこまめに実施する

の伸び悩みなどで、ブームは2年前に峠を越えて、最近では訪問客をもてなす歓迎のニーズが高まっています。つまり、鑑賞にかかるコストを削って、門構えや玄関のアプローチを重視する。鑑賞の部分は後でホビーとして楽しむという流れです」と説明する。つまり、同社の施工方法は、経済環境と顧客のニーズをとらえたやり方にほかならない。

今後は、地域経済の活性化も考慮して、地元・山武郡の生産農家が育てた花木を造園に使っていく計画もある。地場のものなら気候や風土にも慣れた丈夫な樹木が入手できるうえ、搬送コストも安い。また、住宅の建て替えなどで不要になってしまう植木もある。土屋社長は、これらを同社が広い土地で保存・育成し、欲しい人には工賃だけで植栽する木のリサイクルも考えており、こんなところにも若いトップの発想が光る。

取材・執筆/ジャーナリスト 岡村繁雄

### 「造園工事業」の経営指標

経営指標(黒字企業平均)	造園工事業
対前年売上高比率(%)	99.4
売上総利益率(%)	23.8
1人当たり加工高(粗利益)(千円/月)	541
1人当たり売上高(千円/月)	1,119
たな卸資産回転期間(日)	37.9

「TKC経営指標 平成14年指標版」65頁より