



最強のケータイ業界への道

第13回

社長がランチを作るリフォーム店

北 俊一 | 野村総合研究所 プリンシパル

東京都太田区のリフォーム会社キタセツは、丁寧な仕事ぶりから地域で施工実績ナンバーワンを誇る。手料理をふるまつたり、定年を延長するなど社員の幸せと健康を気づかう社長の姿勢は、社員の幸せにもつながっている。

2012年4月から始まった本連載も6年目に入った。これまで紹介してきた、顧客に期待を超える感動を与える「感動企業」は、社員をいちばん大切にする会社、社員の幸せをいちばんの目的とする会社ばかりだった。このような企業経営の考え方、いわゆる「人本経営」「人的資本主義経営」は、今や、しっかりととした潮流になってきた。

一方で、広告代理店の新入社員の自殺や、ネット通販の急拡大による運送会社のドライバーの過労など、痛ましい事件や悲惨な実態の露呈によって「働き方改革」が加速している。これが単なる残業時間削減や生産性向上のための取り組みで終わることなく、社員がいきいきと働ける環境づくり、人本経営という流れに合流することを切に願う。

地域ナンバーワンのリフォーム会社

今月紹介する会社は、東京都大田

北 俊一 (きた・しゅんいち)



1990年(株)野村総合研究所に入社以来、一貫して情報通信関連の調査・コンサルティング業務に従事。特に移動体通信をライフワークに据え、市場の持続的成長のための提言や人材育成のための研修などの活動を行っている。総務省情報通信審議会専門委員

区の住宅リフォーム会社、キタセツだ。JR大森駅から徒歩約15分のところにあるキタセツの本社を訪ねた。1階にある体験型ショールーム「studio拓(ひらく)」は、毎月20以上のカルチャー教室を開催するなど、地域交流の場としても解放されている。

同社は1988年に東京都品川区でキッチンやユニットバスの取り付け工事専門業者として創業した。本連載12年10月号で取り上げたダイシン百貨店(現MEGAドン・キホーテ大森山王店)と提携し、1カ月に500台のエアコンを取り付けるなど、高い評価を得た。その後ダイシン百貨店のリフォームコーナーを担当することとなり、95年から本格的に住宅リフォーム業を開始。地域の小さなお困り事をコツコツと解決していく中で、徐々に大型リフォームの依頼が増加していった。

03年7月に本社を現在の大田区東馬込に移転し、05年にはショールームを開設。今では年間1800件の施工実績は大田区ナンバーワン、リピート率75%、半径500m以内の地域シェア58%、馬込では5軒に1軒がお客様という、まさに地域ナンバーワンのリフォーム会社にまで成長した。

10年に1度の機会をしっかり掴む

現在、月200~250件の引き合いのうち、70%の150~60件はリピーターからだという。リピーターとはいえ、リフォームというものは毎年発注があるわけではない。あるとしても10年に一度程度。その10年に一度のチャンスをしっかりと掴むために、日頃から既存顧客(同社ではOBと呼んでいる)としっかり繋がることが大切だ。同社が発行するニュースレターやカルチャー教室は、そのための重要なツールとなっている。

ニュースレター『しあわせ色』は、同社のOB約1万5000世帯のうち、品川区・大田区の持ち家世帯8600世

Company Profile

株式会社キタセツ

- 代表取締役社長
北川拓(ひらく)
- 創業
1988年10月
- 本社所在地
東京都大田区東馬込2-12-1
- 従業員数
28名
- 事業内容
住宅リフォーム
- ホームページ
<http://www.kitasetsu.co.jp/>

帯に、2カ月に1度送付している。最新号には、最近同社が手がけたマンションリノベーションの紹介(奥様へのインタビュー)や、設計チームの女性社員2名が世界幸福度ランキング上位のデンマークとスウェーデンへ研修旅行に行った様子などが紹介されている。「Moreformと呼ぶ私たちキタセツの目指すリフォームの姿をこの旅で探し出せたような気がします」と記されていた。

4月と5月のカルチャー教室を紹介する冊子も同封されており、ペーパークラフト、健康になるための食の勉強会、フラワーアレンジメント、編み物などの講座がずらり。費用は、講座ごとに主催者(講師)が直接参加者から徴収し、キタセツは無償で場所を提供している。

もちろん、同社のリピート率の高さは、リフォームに対する高い顧客満足度がベースにあってのこと。「見えないところまできっちりとやります」と北川社長は胸を張る。例えば外装リフォームの場合、絶対に雨漏りしないように下地処理を徹底する。協力業者にいい仕事をしてもらうために、適正な対価を支払う。協力会社に丸投げせず、現場には必ず自社社員が監督及び作業員として入り、顧客に安心感を与える——。このような取り組みはすべて、「キタセツは他社より安くはないが、長い目で見れば安い」という評判に繋がっている。

同社は15年11月から、24時間365日の電話対応サービスを開始した。それまでは、社員が夕方現場から戻り、次の日に出す見積りを作っている最中に、顧客からの電話に対応すること



東京都大田区にある本社ビルは1階がショールームになっている



代表取締役社長の北川拓氏

で、さらに帰宅が遅くなっていた。そこで、コストはかかるが、18時以降は外部の提携先の会社に電話応対を委託することにしたという。顧客からも社員からも評判は上々だ。

社長が作るランチで社員が健康になっている。

北川社長は言う。「現場から離れた自分としては、社員に感謝することしかできません。感謝の気持ちを表すために、社員に対してできることは何か。社員がいきいきと働ける環境をつくること、社員が幸せになること、健康であることです」

もともと料理が趣味だった北川社長は、毎日4階のキッチンでランチを作っている。14~15人分のサラダ、ご飯、味噌汁、納豆という簡単なものだが、社長が愛情を込めて作るランチは社員たちに好評だ。ランチ作りを始めたから、社員のコレステロール値が下がったという。

また、社長を含む年齢が上から9名の社員は、就業時間内に「ローフード」の講座に参加させている。これで社長はすでに6kg痩せたという。確かに社長の顔は、ホームページや会社案内に掲載されている写真に比べて明らかにほっそりと、より健康的に

なっている。

「弊社は定年を65歳に延ばしました。小さな企業は社員が一人でも欠けると大きいので、65歳まで社員に健康に働いてもらえることの意味は大きいのです」と北川社長は言う。

社長の趣味である料理は、社員向に留まらない。2年ほど前から、お客様宅のリフォームの完成祝いとして、社長が食材を持ち込み、新しいキッチンで料理を作って振る舞うこと始めたという。ご家族だけでなく、ご友人も一緒に美味しい料理でリフォームの完成を祝う。お客様には最高のプレゼントに違いない。

キタセツがお客様に選ばれる理由として、「キタセツは人が良い」ということが挙げられるのだという。毎朝の朝礼で、地域のお客様に育てられてきたから今のキタセツがある、キタセツは地域の皆様が安心できる暮らしを提供する使命がある、という社長の想いや考え方をしっかりと社員に伝えている。その社長の想いは、しっかりと社員たちに伝わっている。お客様の息子さんが2人、カルチャー教室の先生の息子さんが1人、キタセツの社員になっているということがその証だ。顧客が自分の子どもを働かせたい会

社というのは、究極の「感動企業」ではないだろうか。

北川社長への取材の中で、伊那食品工業の塚越寛会長の名前が出た。伊那食品工業は、長野県伊那市にある寒天の製造メーカー。本連載では13年3月に取り上げている。社是は「いい会社を作りましょう」だ。「会社の目的は利益ではなく、社員を幸せにすることです」。そんな話を北川社長は塚越会長から直接聞く機会があり、自分がこれまでやってきたことが「これでいいのだ」という確信に変わったという。

今回の取材に対する北川社長からのお礼メールには、「これからもっともっといい会社を目指していきたいと思います」と書かれていた。社員の幸せと健康のために、いいと思ったことはすぐに取り入れる北川社長。キタセツの今後の進化が楽しみだ。

* * *

今、ケータイショップスタッフの労働時間削減が業界の大きな課題となっている。これまで「それは販売代



北川社長は毎日、4階のキッチンで社員のために14～15人分のランチを作る

理店さんの問題」として見て見ぬふりをしてきたキャリアも、にわかに自分事として捉え始めた。

さっそく、1年365日年中無休や20時まで営業するショップへの支援をやめ、月1回の定休日や19時閉店の推奨、1月元旦はお休みにする、などの取り組みや検討が始まっている。全国携帯電話販売代理店協会(NAMD)における定着率向上委員会における検討も本格化しつつある。

とりわけショッピングスタッフが退店できる時間の「安定化」が大きな課題だ。19時閉店といっても、19時直前に駆け込んでくるお客様の対応と、お客様対応終了後に勉強会やロープレなどを行えば、帰宅時間は結局21時、22時になってしまう。新規・機変などの受付終了時間を18時に設定するなどの取り組みが必要だろう。とはいえ、19時直前に駆け込んできたMNPポートイン3台のお客様を誰が追い返せるだろうか。周りのショップが18時受付終了なので、これはチャンスだとして、20時まで受付するお店が現れないだろうか。

そのためには、効果測定が不可欠となる。それぞれの取り組みに対して、売上への影響、CSへの影響、ショッピングスタッフのESへの影響をしっかりと定量評価することによって、トータルでプラスとなることを示すことだ。キャリアが、代理店が、ショップスタッフの働きやすさや健康的な毎日を送れるような環境づくりを競い合うような時代が到来することを期待している。



キタセツは地域ナンバーワンのリフォーム会社として親しまれている