

「それぞれができることを地道に積み重ねる。それを続けているだけです。目の前のことを愚直にやり続けられるかどうか。それを2〜3年我慢できるかです。今月の売り上げが少なかったら、来月頑張ろう、という気持ちでいます」

自ら「農耕型」と言う。

「リフォーム業界に“一発逆転”はない、と思っています。地道にコツコツと、お客様の“困った”を解決していく。それしかありません」

ノルマがないから、営業担当者はお客様を追いかける必要がない。

「お客様から連絡が入ったら出かけて行く、というスタイルです」

ノルマ達成のための営業は一切ない。

「お客様に選ばれるお店」としての基盤ができ上がったと感じています。お客様の“こういうことはできる?”という声に応える“チャレンジ”のDNAが当社にはしっかりと流れています。いまは、こちらから働きかけなくてもお客様が来るという仕組みができ上がっています」

経営者は“構想”を練って、“仕組み”をつくるのが仕事。

荒井社長は繰り返し「仕組み」について語る。

「早くから“仕組みづくり”を考えてきました。どういう仕組みをつくれればどういうふうに展開していけるか、と。経営者というのは、構想を練るのが仕事です。つまり、仕組みづくりです」

HPによる営業展開の高い実績は、“仕組みづくり”の成功を表している。

「この5〜6年で、HPだけでやっていける仕組

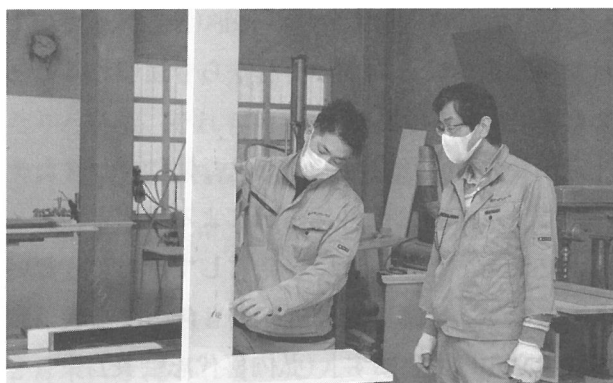
みになった、と手応えを感じています」

10年ほど前になるが、年商が2億円に達したとき「5億円は行きたいと思った」と明かす。現在はその目標を軽くクリアしている。

「6億8,500万円というのは、結果としてこうなったということ。いまは、去年よりちょっと良い数字を出せたらいいな、と。それを毎年、地道に続けていく。社員の幸福を考えても、それが一番、当社らしいのではないかとと思っています」

経営者としての信念に揺るぎはない。

「経営責任は、私にあります。なにかあったら、経営者が責任をとらなければならない。だからこそ、会社の方針などに関しては、私が責任を持って、自分で決めます。経営者、ですから」



自社工場では部材をプレカットすることで、工期短縮が短縮されるだけでなく、施工現場での騒音も軽減され、お施主様からも「静かでいいね」と好評。

POINT 1

予想以上の需要が隠れていた

水栓金具やレンジフードの交換、食洗機の後付けなど、リフォームと営繕の隙間に予想を超える需要が存在していた。初年度の年商3,000万円が2年目には1億円超に。

POINT 3

相見積りがなくなる自社HP

自社HPは文章主体。OBからの“紹介”もHP経由が多く、読み込むと相見積りの意欲が薄れるほど中身が濃い。とくに“お客様の声”を重視し、数百件を掲載。

POINT 2

自社工場では施工の効率アップ

社屋に併設の自社工場では部材をプレカット。工期の短縮はもちろん、現場での部材の切り出しが不要になって騒音が軽減され、お施主様のストレスも軽くなった。

POINT 4

“一発逆転”のない業界

リフォーム業界に“一発逆転”はない。お客様の“困りごと”を地道に解決し続け、いまではお客様から声がかかる仕組みができ上がり“選ばれるお店”になった。