



# 株式会社グッディーホーム

## 卯月靖也代表取締役が リモデル経営を語る。

会員番号 5452-01



(株)グッディーホーム  
<http://www.gwoodyhome.net/>



代 表	卯月靖也
設 立	2004年
資 本 金	1000万円
本社・武蔵野店	東京都武蔵野市西久保3-8-1
西久保101	武蔵野市西久保3-11-1
三 鷹 店	三鷹市下連雀3-33-3
西 荻 店	杉並区西荻北3-41-14
年 商	7億3000万円
従 業 員	35名



●商圏DATA (2017年2月1日現在)

東京都武蔵野市	人口 144,003人	世帯数 75,245世帯
三鷹市	人口 185,041人	世帯数 91,855世帯
杉並区	人口 559,221人	世帯数 313,536世帯
小金井市	人口 119,423人	世帯数 58,862世帯

# 社員が幸せになったら、 会社は地域を幸せにする。

本社の近隣に店舗を展開する手法で、地域に強固な地盤を築いてきた。  
「社長は父親」と家族的な雰囲気の内は明るく、活気にあふれる。  
“本当の地域密着”を追求して丸13年。経営者として進化し続けている。

## “地域密着”と社員の幸せ。 その経営哲学は変わりません。

卯月靖也社長(46)は、本欄には2度目のご登場。前回(No.191)の取材から丸7年、年商は当時の約3億円から7億3000万円、店舗数も4店舗と業績を大きく伸ばしている。

「この7年間で、数字的な面は変わりましたが、経営者としての考え方、取り組み方は変わっていません。会社設立が2004年。今春で14年目に入りましたが、お客様のために“地域密着”に徹し、社員の幸せが私の幸せ、という経営哲学・理念は守り続けています」

4店舗を構えているが、三鷹店は本社から車で5分、西荻店でも15分、西久保101に至っては歩いて30秒くらい。いわゆる“多店舗展開”の常識を覆すようなやり方だ。

「07年に本社から車で1時間弱のところ練馬店を開設したのですが、14年に閉鎖しました。その理由は、端的に言うと、商圈が広がり過ぎて対応が難しくなったからです」

本社から車で1時間でも、そこからさらに1時間圏に施工現場があるという状況で、スタッフの負担も大きくなった。

「そこで当社近くの武蔵野市・三鷹市・杉並区・練馬区・小金井市の周辺に集中しよう、と」

13年に三鷹店を開設したのだが、本社とはJR中央線を挟んだ反対側という近さなのに、自社の認知度の低さを実感させられた。

「リモデル激戦区の、東京都西部エリアの“すごさ”を実感すると同時に、有望な市場だと改めてやる

気が湧いてきた。これからが“本当の地域密着”のスタートだ、と考えました」

## 店舗開設は商店街にこだわり、 街と一緒に活性化していく。

14年の西久保101に続き、16年に武蔵野市に隣接する杉並区西荻窪に西荻店をオープンした。

「拡大志向ではなく、お客様に自宅近くのリモデル店という安心感を抱いていただきたい。店舗の枠を越えて、チーム・グッディーとして動くから、商圈の重なりによる弊害はまったくありません」

拡大ではなく“凝縮志向”とでも言うか、限られたエリアでシェアを高める手法だ。

「狭いエリアに何店舗もあるから地域密着とは言えないと思います。“手段”であるはずの地域密着が、いつの間にか“目的”になってしまっているのではないのでしょうか」

本社周辺に店舗を展開するにあたって“商店街”での開設にこだわった。

「商店街の活性化は、地域の活性化につながります。地域とともに生きるリモデル店なら、地域を元気にする存在であれ、と思っています」

そこから、同業他社や異業種との共生を重視する姿勢も生まれる。

「“独り勝ち”は目先の売り上げにはなるかもしれないが、それがそのまま地域の振興につながるとは思えません。他社にも儲かってもらい、一緒に“地域”に貢献していきたい」

卯月社長自身、宅地建物取引士の資格を持つなど不動産業務を展開する体制は整っているが、ここでも「地域との共生」を大切にする。



西久保101



三鷹店



西荻店

「不動産に関する相談があったら、アドバイスはしますが、最終的には地域の信頼できる不動産会社を紹介します。あれもこれも自社で、とは考えません。お客様から“グッディーが紹介してくれた不動産会社だから安心”と言ってもらえたら、それでいい。同じエリアの不動産会社とリモデル店のコラボで地域が活性化する。本当の“地域密着”とは、そういうものだと思います」

## なぜ地域密着なのかという 原点を、常に見つめている。

本誌 No. 269の巻頭インタビューでリモデル業界の現状と目指すべき姿について語ってくださった、(株)さくら住宅(神奈川県横浜市)の二宮生憲社長を、卯月社長は「私の師匠」と呼ぶ。

「私が当社設立前に勤めていた会社の上司で、当時からたくさんのことを教えていただきました。二宮社長がいなければ、いまのグッディーホームはなかったでしょう。原点・起点を大切に、それを貫き通す姿勢は、経営者としての私の心のまん真ん中に存在しています」

二宮社長が主宰する〔全国リフォーム合同会議〕の有力メンバーでもある。

「会社のためではなく、地域のためのリモデル店を目指す同志がもっと増えてほしい。二宮社長も、私も、常に“なぜ?”から始まる。なぜ地域密着でなければならないのかという原点から考えると、リモデル経営者としての“使命”が見えてきます」

自社の“利益”を優先することで、地域のお客様の“利益”とズレてしまっていないかと語る。

「商品の機能やデザインは、時代とともに変化し

ます。でも、お客様がリモデル店に抱いた安心感には変わりません。“あのお店ならへんなことはしない”という信頼が、地域密着の基本です。お客様はその当たり前のことを求めているのに、リモデル店はそれに応えているのか。そこが問題です」

O B顧客数は約3300件。リピート率は70%超だが、卯月社長個人のお客様のリピート率は90%になる。

「特別なことはしていません。DMに一筆添えたり、毎年末にカレンダーをお届けしたり……。同じことを10年間続けたら、90%は行きますよ」

もう一つ、高リピート率を支えているのが「職人さんの存在」と続ける。

「当社は創業以来、職人を募集したことがない。職人さんが職人さんを紹介してくれるんです」

その“伝統”が、地域のお客様の信頼を深める。「会社案内でも職人さんを顔写真入りで紹介しています。彼らの存在はそれくらい大きいんです」

## 新人を育てる責任感が先輩社員も、 協力会(職人さん)も、会社も育てます。

4年前に新卒採用に踏み切った。

「1年目が5人、翌年が3人、昨年が6人、そして今年度は3人の新卒が。“理念経営”を貫くには、新卒のほうが私の考え方も伝わりやすい、と」

新年度の従業員数は35人。平均年齢も若返って、卯月社長の内部にも変化が生じてきた。

「社員教育というよりは、子育て感覚です(笑)。入社したては赤ちゃん、少しずつ成長して、そのうち思春期を迎えてオヤジに反抗する。近ごろは、新人たちを育てなければというモチベーションで



◀2017年2月11日・12日にTOTO三鷹ショールームで、第100回となる「リフォーム相談会」を開催。グッディーファンで会場は大賑わいだった。

▶西久保101では「カルチャークラブ101」として収納セミナーや飾り巻き寿司教室など暮らしに役立つ催しを開催。夏休み時期にはお子さん向けの教室も。

必死に働いています(笑)。我慢強くなったかな。経営者が社員より先にシビレを切らせては元も子もありませんからね」

最近、入社2～3年の若手社員から「OBのお客様の仕事で忙しくて」という声をたびたび聞く。「彼女たちのうれしそうな顔を見ると、私もうれしくなる。入社2～3年目はリピートが出てくる時期。“一人前”の第一歩を踏み出したんです」

創業時からの2人の同志に、卯月社長の“成長ぶり”を聞いてみた。

「以前からの役員会議に加え、現在は月1回、店長や各部署のリーダーによるリーダーズミーティングを行っています。社員も“経営”を意識するようになったと感じます。創業から丸13年、いまや35人の大家族になりましたが、社長はなによりも社員を大切にしてくれます。社員はその“親心”に応えるべく、同僚、家族、そしてお客様を大切にします。その気持ちが会社の成長の原動力だと思います」(海老澤正江取締役 Positi 部部長)

「職人さんが“どんなときも、どんな人にも、ありがとうと言える社長”とっていました。常に気配り、目配り、心配りを言葉にして指導・行動できる人です。自分の誤りは素直に認め、過去の挫折体験も隠さず社員に語ってくれるし、それぞれの

性格、能力や経験を見極めて、やる気を引き出すんです。社長の性格は、ポジティブ。どんなに悪い状況でも前向きに、都合よく解釈できるところはすごい(笑)」(櫻田桂嗣取締役工事部部長)

5年以上にわたり、毎月、全社員が〔情報共有化シート〕を提出し、卯月社長はそのすべてに目を通して感想を書き込んでいる。

「うまくいったことや前月の課題はクリアされたか、来月の課題などの項目ですが、みんなビッシリ書き込んでくる。睡眠時間を削って読み、私からのコメントをつけています」

このシートは社内で共有され、先輩から後輩へのアドバイスにも活用されている。

「ここ数年、新人が増えて昔からの社員は、最初は戸惑い気味でしたが、近ごろは“社長、あいつすごいですよ”なんて言うてる。私は先見の明を褒められたようで、いい気分です(笑)」

大家族の“家長”として、このポジティブさはなによりの財産だ。

「自分では社内で一番、慎重で小心者と思っているんですが……。こう言うと、社員は大笑いしますが、本気です。“拡大志向”とは無縁に、“本当地域密着”を考え続けてたらここまで来た。これからも、このスタイルは変わりません」



▲職人さんの集まりである〔協力会〕は、チーム・グッディーを支える大きな存在。ミーティングでも忌憚のない意見が飛び交う。  
▶海老澤正江取締役 Positi 部部長(左)と櫻田桂嗣取締役工事部部長は、卯月靖也社長を創業時から支えてきた。

**POINT 1 “商店街”にこだわった店舗展開**  
本社近隣に3店舗。商店街が元気になれば地域の活性化につながると、店舗はいずれも商店街に開設。チーム・グッディーとして、限られたエリアで高いシェアを維持。

**POINT 2 地域の異業種・同業他社と“共生”**  
不動産に関する相談には、地元の信頼できる不動産会社を紹介することが多い。同じエリアの不動産会社やリモデル店と共生することで、地域振興の一翼を担う。

**POINT 3 “職人”が地域の信頼を支えている**  
職人が信頼できる職人を紹介してくれるので創業以来、職人を募集したことがなく、会社案内にも写真入りで職人を紹介。職人を大切にする“伝統”が地域のお客様の信頼を深める。

**POINT 4 お客様の“信頼”が地域密着の基盤**  
商品の機能やデザインは時代とともに変化するが、リモデル業の基盤が地域のお客様の“信頼”であることはこれからも変わらない。信頼に応える姿勢がリピートに。