

life is beautiful

仕事を通じ、人生を素晴らしいものに

わたしたちのはじまり。



1992年、私たちは

上越市内にフラワーショップをオープンした。

その理由は（意外でしょうが！）新しいリフォームビジネスのため。

「改造」とか「修理」ではなく

『幸福な時間と空間』を提供する。

そのために「花」とは素晴らしいキーワードになると考えた。

『花一輪飾ることは立派なリフォームだ』という思想によって、

他のリフォーム企業とは根本的に違った存在をめざしてスタートした。

これにより「他社とは全然似ていない」企業ブランドを獲得してきた。

このように …。

「くふう」にあふれた会社です。

他社と違った戦略をとります。

「計算」と「いたずら心」と「熱い想い」をミックスさせた、

「甘くはないがオモシロイ」

誰かのために全力で「くふう」できる

会社の話をいたします。

長く愛される。J。J。



顧客リピート率 80%。

「ありがたい愛され方」をしています。

独自のアイデアにより築いた「来店型」のビジネススタイルによって。

100万円程度を自分の意思で使える主婦こそが

当社のメイン顧客層。

「継続的に毎年一カ所ずつ、新しい生活を考え提案し実現する」。

日曜日などに気楽に訪れることができるショップを展開してきました。

安心して、依頼できる『定価明示型』のサービスラインアップを実現！

たった一つの不満も残さないフォロワーサービスを徹底してきた。

その結果として……。

80%のお得意様が「また、お願いしますよ」といって来店してくれる。

それでも、私たちは考えつづける。

もっと、多くの人をハッピーにし愛される

ビジネスの仕組みがあるはずだって。



礼儀正しい
だけでは足りない。

『日本一礼儀正しい企業』という目標を

全社一丸本気になって追求している。

新入社員は入社と同時に、

お辞儀の仕方、声の出し方からトレーニングする。

お辞儀の角度が違っていても、許されない。

時には、きびしく意見されることもある。

さらに、「日本一の礼儀」は、

形だけでできれば、OKというわけではない。

形式だけの礼儀正しさは、ときとして相手を不愉快にさせる。

「一人ひとりの創造性を発揮して、どれだけお客様によるこんでいただけるか」
いままでと違う、

他社とも違う新しいサービスが生み出されなくてはならない。

「頭を使わない」態度が「礼儀正しい」なんて、ありえない。

そう。

本当に私たちがめざしている姿、とは？

「日本一、お客様のことを考えている企業」なのだから。

よろこぶ顔を考えて
一番のくふうをする。



もとはといえば……。

▼上越市に本拠を置き、公共事業の土木工事を中心にいう企業として創業した。そんな会社に、二代目社長として福田孝則が就任したのは、1996年のことだった。▼でも、彼はただの二代目とは違っていた。「一番」にならないと嫌だった。土木工事をつづけていても、日本のトップに立つことは、99・99999%は不可能だろう。だとしたら、どんな分野ならいいのか。▼最初にはじめてしたことというのは？ それまでは働く人の多くが兼業農家で、働く意識も低かった。これをプロ集団に変えること。社員教育や、挨拶の徹底に力を入れた。▼それと同時に「優秀な人材をたくさん集めるためにはどうすればいいか」と考えた。まずユニフォームを、アメリカ映画の粋なシーンに出てくるような機能的ななかにもデザインセンスがすぐれたものに変えてみた。▼おもしろいことに、いままでは男性しか入社してくれなかったのが、女性の技術者が誕生した。それがきっかけで（それでいいのか、という意見もあるが）男性の応募者も増えてきた。業績も好転しはじめた。▼その後「お客様がよろこぶ顔を目の前で見ることができるビジネス」＝リフォームに転じて、新潟県No.1の売上を得るようになった。

心を通わせよう。 ハッピーにしよう。 誰かを。

さて……。

- ▼「来店型ショップ展開によって、リピート率を高める」
ために必要なものは、ブランド力ということになる。「K
UBIKKIと付き合っていると、単なるモノとしての修理・改造
以上のサムシングを得ることができる」ということをたく
さんの人に知っていただく。それではじめて「幸福な気持
ちを求めて、行ってみようか」という話になる。その方法
一つの解としてありうるのが「話題性」。でも、新潟県上
越市に本拠を置く小さな会社が、どうすればいい?▼私た
ちがたどり着いた答えは「ニュースメーカーとしての話題
づくり」だった。「世の中が注目を集めている分野を調査
して、タイムリーにそれに合わせたイベントや企画を提供
する」「それによりメディアにKUBIKKIの名前を広め
てもらおう」。このような発想にもとづいて「ニュースづく
り」が進んでいった。
1. お得意様招待のクラシックコンサート。
 2. 人工の川を本社前に建設し、循環式のビオトープによ
りホタルを呼ぶ。
 3. ハイブリット発電を本社屋上に置き、CO₂削減に努
める。
 4. 季節になると店舗には巨大なクリスマスツリーを設置
する。
 5. 地域の活性化を狙って県民を巻き込み短編映画をつく
る。

▼計算はずばりと当たった。新聞や地方局が、つぎつぎと、私たちの試みを紹介してくれるようになる。もちろん、それらは「自分たちのため」にはじめたこと。でも、私たちの試みは疑いもなく、多くの人の心を和ませ、企業として環境改善に貢献する部分も増えている。▼たくさんの人をハッピーにして、それにより話題をつくりだす、それって素敵なことだと思う。私たちは胸を張り、アイデアにあふれた「ニューズづくりの仕掛け」をつづけている。



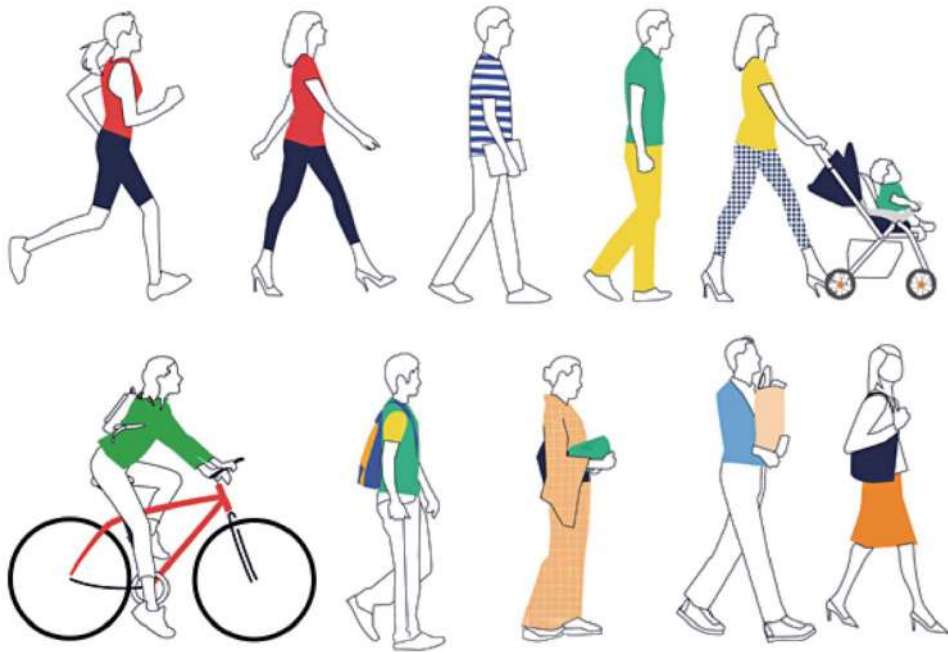
最高を知る人こそが
最高の担い手となる。



ところで……。

▼私たちの仕事の根幹にあるもの、それは「人」であると言えよう！お客様によるこぼれる、ハッピーをつくる、そのためには最高のサービスを提供できる「人」づくりが必要。▼それにより、お客様から愛される↓会社が成長する↓社員への投資が増える↓回りまわって社員の人生の豊かさにつながる。なんてすばらしいサイクルだろう。▼では「最高のサービス」を学ぶためには、どうすればいい？本にあるのはありふれたことばかり。それでは「いままでの世の中にある」サービスだけではできないだろう。▼本当に「最高のサービス」を提供したいのなら、自分自身が「最高のサービス」を受け、どれほど気持ちいいものか経験する以上の機会はない。その上で、自分のハッピーを分析すれば、お客様に、同等（以上）のサービスを提供するための手が見えてくる。▼という考えにもとづいて、日本を代表するような一流ホテルで社員研修を行ったり、社員一同で海外にも行ったりもする。スウェーデンのストックホルム市庁舎、1800年前で時が止まっているイギリスのレイコックの街。社員たちが現地へ赴き、見て、触れて、感じる。「最高のサービス」を社員自身が身をもって知る機会をつくってきた。▼社長はいう、「一泊15000円のカプセルホテルも、10万円の一流ホテルも、一緒だよ」。つまり、最高のサービスを演出するのは「人」ということ。人次第で、最高のサービスの担い手になるんです。

どんな風に生きたいか。



入社していただく人には、

「仕事を通じて、人生が変わる働き方をしてほしい」

たとえば、あなたが、

朝から晩まで一生懸命に働いたとしても、

夕方になって会社を出た瞬間に仕事のことを忘れてしまったら、

それは「人生における仕事」の役割は小さいことになる。

だけど、あなたが本当に夢中になれる仕事を見つけたとしたら、

(断言しよう)仕事とプライベートの切れ目なんかはなくなりませう。

安定を求めるのではなく、

波瀾万丈な人生を通じて、自己実現を果たしたいなら、

私たちの会社に必要なものはすべてあります。

もしかして何もかもそつなくこなし

真っ直ぐに伸びてきた優等生よりも、

挫折感を知っている劣等生の方がいいかもしれない。

仕事だけをするために、ではなく、

「仕事を通じ、人生を素晴らしいものに」

そんな想いが叶う会社です。

誰かのために全力になれる人募集



株式会社頸城建工
Toward Tomorrow -KUBIKI-

〒942-0147新潟県上越市頸城区西福島522-3

URL : <http://www.kubiki-kenko.com/>