



# Executive Interview

エグゼクティブ  
インタビュー

no.44

このコーナーは神奈川トヨタのお客様である経営者の方にお話を伺うコーナーです。

株式会社 ジャパンステップ 代表取締役

## 松山 賢太郎 様

県央厚木地区でリフォーム工事などに必要となる足場施工を営む株式会社ジャパンステップ。代表取締役 松山賢太郎氏にスタッフのマナーの向上をはじめ、業界のイメージ改革にける思いなどをお伺いしました。

### ■品質日本一を目指す

#### ——起業されたきっかけは？

20歳の時から職人として建築現場で働いていました。業界はすごく給料がいいというのが魅力でしたが、体力勝負なので、将来的にはギリ貧になっていくのではと危機感を抱いていました。また、10年間職人をやらせてもらっていきうちに、自分だったら…といういろんなアイデアを出して提案をしてみました。一職人の声はなかなか吸い上げてもらえないという現実がありました。それなら人に言われたことをやるのではなく、自分から発信しようと思い32歳の時に起業しました。自分がやりたいことを自分でやってみたい、自分らしさにこだわった会社を作りたいという一心です。

#### ——競合他社が多い中、セールスポイントを教えてください。

顧客満足度の向上を自分たちなりに一生懸命追求しながらやっています。私たちの仕事は元請けさんから依頼されて行うものですが、私たちはエンドユーザー

である施主様を常に意識しています。元請けさんにいい顔して、現場でうまく対応できないのであれば話になりませんから。では、顧客満足度を向上させるためにはどうするかということですが、職人さんの業界というのは、パッと見、強面の人というイメージがぬぐえないところがあって、まずその辺を変えようと考えました。独特なスタイルのニッカポッカを禁止して、会社指定のユニフォームを着て清潔な身なりを心がけよう。丁寧な言葉なんて使えなくてもいいから、笑顔で気持ちのいい挨拶をしよう。というところから始めました。

施工現場では、近隣への配慮を怠りません。ご近所の方にも、あの足場屋さんよかったね、イコール元請けさんよかったねという風に思っただかく。そうすると私の家もあの元請け会社に相談してみようということになり、元請けさんがそこを受注すれば、その足場はうちに発注してくれるという考えです。一つの現場をやらせていただいたら、その界限をみんなうちでやらせてもらえるような気持ちでやろうと話しています。足場施工は完璧に

できてあたりまえですが、当社では施工スタッフの質にこだわる。これがセールスポイントとなっています。この業界は飽和状態で、40年も50年も歴史のある足場屋さんに、売り上げとかは敵いませんが、小さな会社でも品質は日本一という称号を得ることはできます。品質ナンバーワンを目指し、どこに行ってもジャパンステップの品質はすごくいいね、と言われるようになりたいと思っています。

#### ——施工技術に「スタッフの質」という付加価値を付けるということですね。

一歩抜きん出た、他の会社にはないものを作るように心がけています。他がだいたい真似してきますが、そうしたら、それ以上のモノをまた追求していきます。

仕事にはプライドを持っていますので、お客様との値段交渉は妥協しません。安値競争ではなくて、いいものを適正価格でお届けしたいと考えています。安価安価で行ってしまうと結果的に業界全体の首を絞めてしまうことになりますから。



# よいものを提供することで 選ばれる会社に

## ■マニュアルの徹底で意識改革

——社長が現場に立つことはあるんですか？

今はほとんどないですね。PCやタブレット端末等で現場の情報を共有して、現場に入らなくても情報は随時私のところに来るようになっていて、いろんな管理体制を把握できます。また、職人さんには施工マニュアルというものを作っています。何十項目という細かい項目で、出勤する時から帰る時までの流れを全部チェックできるようなマニュアルです。職人の感性でやられてしまうと、人それぞれ違いがあるので、施工にばらつきができてしまいます。足場の組み立ての仕方も、3件担当したら、3件とも同じように仕上げてこないと元請けのお客様の満足は得られません。みんなが同じ対応で同じ足場を組み立てられるように、マニュアルを作り、それを現場ごとに責任者が一つ一つ細かくチェックできるようにしました。それを基に個人ごとに査定をして、1年前は60点だった人が80点になってきたなど、進歩の度合いがわかるようにしています。進歩が見えたら「次は90点を目指そうよ」というようなことも言える体制を作ることで技術の底上げができています。

——職人さんはある程度プライドもあり、マニュアル化されると反発も多いのでは？

それはすごくありました。以前の職人さんは、「オラオラ」って肩で風切る感じの人が多く、それも良しとされた時代でしたが、今の時代はそれが通用しません。リフォーム業界に従事している以上は職人としての誇りやプライドは50%、サービス業としての気持ちも50%持っていないとこれからは勝ち残っていけない。

勝ち残るためには、気持ちをリセットするしかないという結論に至り、社員の皆もこの思いを共有しています。

## ■職人さんが安心して働ける環境づくり

——今後の目標はどんなことですか？

ジャパンステップの他に株式会社Jismという一般建築業の会社を作りました。この会社は元請けという立場の会社です。元請けさんに仕事をいただいている場合は、凄く元請けさんに左右されてしまいます。十社あったら、十社十様、いろんな言い方をされますが、それに合わせなければいけません。そうすると一番しわ寄せを食うのがうちの職人さんなんです。職人さんを守るためにどうするか、自分が元請け側になって直接お仕事をもらえる立場になろうと考えました。Jismで請けた仕事の足場の施工はジャパンステップへ、その他の部分は専門業者へと発注をかけます。クオリティを高めるという意識は揺るぎないものですから、この考えを全般に浸透させればより強固なものができると考えています。

当社では、職人さんを守るという観点から終身雇用を目指しています。職人さんは体力の限界から、必ず引退の時が来てしまいます。職人さんの中には、営業の仕事はどうしても無理という人もいます。

## 株式会社ジャパンステップ

本社・厚木営業所

〒243-0023 神奈川県厚木市戸田527-1  
TEL：046-280-5027 FAX：046-280-5028

横浜営業所

〒224-0057 神奈川県横浜市都筑区川和町2465-1  
TEL：045-530-3841 FAX：045-530-3842

営業時間 9：00～20：00（日曜日定休）

URL <http://japan-step.co.jp/>

営業が嫌だったら辞めるしかないというような感覚が根強い業界ですが、当社ではそういう人のために施工管理部という部署を作り、新卒で雇用した職人さんたちへの現場の指導や教育係として起用しています。決して使い捨てにはせず、定年まで面倒見るから安心して働いてほしいと伝えています。

——ご自身の若い頃も使い捨てにされるという危機感が相当あったんですね。

周りのみんな思っていました。何とかそれを払拭したいという思いがあります。離職率が高い業界で、定着率を高めるためには、職人さんたちが安心して働ける環境づくりを確立しないといけない。安心して、60歳まで働けるという体制を作っておくことで、定着率も高まるかと思っています。

社員全員が胸を張って働ける環境を作りたい。社員の家族が「私のパパ、ジャパンステップで働いているの！すごいでしょ！」と言えるような、社員にとって誇り高い会社にしていきたいですね。



## <インタビューを終えて>

資材置き場は足場の部品が種類ごと整然と並び壮観な眺め。社長の志が社員にしっかりと浸透していると感じました。いいものを適正価格で。値段交渉には強気で挑むという姿勢に自社の品質への誇りと、業界のこれからを牽引するパワーを感じました。