

“お客様の喜びが 私たちの喜びです”

その理念に従業員みなが体現し、 目指すは「北海道一、 親切なお店づくり」。

その巨大な店舗と圧倒的な品揃えが一般のお客様のみならず、
商売としてこだわりの強いプロさえも魅了しているジョイフルエーカー。
2017年春には江別大麻に新店舗オープン控え、ますます躍進中の成長企業。
今日はそんな同社をフリーアナウンサーの室田智美さんが訪問し、お話を伺った。

●15年前の事前告知チラシを拝見
——凄いいンパクトですね。

当時、一番大きなホームセンターは、せいぜい2000坪くらい。そこに5900坪の店舗をオープン。お客様がイメージしにくいところを「生活創造母艦」発進と、大きな艦船を広告に。外観も普通の小売業では考えられない真っ黒。ここ、何ができるの？と近所の女性に聞かれたりもしましたね。店が「黒い」という概念がなかった。黒は日用雑貨・奥様・子供と言うイメージではなく、黒で男性や職人さん・ハードなもの強いというイメージを意識しましたね。ロゴもシヤープにし、外観からもターゲットの違い、他社との違いを一目瞭然に。

——他社とは、ターゲットの違いはつきりしていたんですね。

他社との違いは？と聞かれると、うちの仕事は問題解決業と迷わず応えています。あとうちには従業員数が多い。他社ではできるだけ少ない人数で店舗運営した方が、固定費がかからないから経営も楽。その代わり、黙って待って帰れるのしか売れない。うちは説明しないと売れない。アフターがいる。しかし、ちょっとめんどくさいものでも売れる。それは専門の説明ができる担当者がいるから。経費はものすごくかかるけれど笑、他所で売れないものが売れる。ハイリスク（ハイではないけれど）リターンです。

——問題解決業？

お客様の問題を解決してあげる。私は銀行業をやっている。小売の経験がなかったのですが、小売を学ぶため、指導していたら、茨城のジョイフル本田さんで見習い研修。担当した最初が日用雑貨の売り場と聞いて、正直ホッとしましたね。塗料など専門的な物ではなく、お茶碗などだし、よかったです。思っていたら、お客様が自分のところに相談に来るんです。「私、これから脱サラして、たご焼き屋をやりたいんだけど。」心の声で「俺に聞くなよ、苦笑。」って正直思いましたよ。でもね、「そんな材料あるのか？」と探すと、全部ある！油を引く刷毛の先の替えまで何でも全部ある。「私、廃品回収業をやりたいんですけど。」缶を潰すものから何でも全てもある。「和ダンスなどを使う竹の釘が欲しいんだけど。」釘はないけれど、焼き鳥の串は様々あるのだから、どれなら代用できるか？一緒に探すと、宇宙開発事業団の人も来た。「ステンレスの入れ物は？」あ、このゴミ箱でいいですね。日用雑貨の売り場ですらそうなので、それが建築資材や水通用品などいくつでも、「あれ、できないか？」「これ、できないか？」があるんですよ。

——社長自身が店舗に立って、お客様の望むものを声を聞いて、店舗づくりに生かされているんですね。

私もそうだけど、最初は小売に関する経験のない、新卒もいない、そんな寄せ集め軍団からはまったからこそ、ジョイフルイズムを叩き込んで生かすことが出来たのかな。

——ジョイフルエーカーが大切にしていることは？

創業からずっと「お客様の喜びが、私たちの喜び」。品揃えが多いって実はめんどくさいんですよ。笑。説明しないと売れないし、細かい、微妙な部分もあるし、黙って買っていくとくればいけなくて、説明を要する商品が多いため、後々「言わない」ということも起こりうるけれど、そうした品揃えだからこそ他所では得られないお客様からの、「他所ではやってくれないけれど、ジョイフルはやってくれたね」という声が、とにかく多く聞きます。そういったお客様の声が届く！というのが全員が働く理由ですね。人間、給料面での喜びを得たいという思いと喜びはあるだろうけれど、生きていく上で仕事と向き合う時間・割合は大きいから、ただお金を得るためだけでは人生面白くない。そういう意味では、こんなことをやって上手いって、喜んでもらった、問題解決した、という日々積み重ねられていく喜び、感激が得られるチャンス、他所より間違いなく多いと思います。

——お客様からこれはさすがにないだろうって言う質問が来たときは「よし」と思ったりしますか？

ちょっとお世辞が過ぎると言う社員も（苦笑）。経営的な視点から見ると、そこまでやらなくても……（割に合わない）と思いつつも、社員はマニュアルもなくとも率先して「やっちゃえ！」お客様が喜んでくれるなら、という姿勢で取り組んでくれることは、とても頼もしくて嬉しいですね。

私自身、昔、自分が店頭に立っている時、おばあさんと娘さんが来店したことがあったんです。半分腐食した鍋のつまみを持って。20年ほど前、ご主人に買ってもらった鍋のつまみで、旦那さんは10年前に他界。使い勝手もよく捨てられない、捨てたくない、使いたい……と聞き、売り場にある全部の鍋の蓋をとって、つまみを合わせて、蓋をとってつまみを外して……を繰り返して、一番良いつまみを「100円です」と適当に値段をつけて売り出したら、これでまた思い出の大切な鍋が使えると、お客様は大喜びで帰られました。今後は何かあった時、おばあさんと娘さんは他店にはいかないでしょう。めんどくさくて、儲けもない。つまみを失った鍋は、商品として売れないので、業者に発注をかけるのではなく……でも、おばあさんと娘さんを笑顔にできた。新品を売れば落ち、けれどやっぱり、想い出には代えられないんですよ。



profile

代表取締役社長 木村 勇介

大学卒業後、銀行員として不良債権の回収等を過酷で貴重な業務を経験。後、父が代表を務める株式会社キムラに入社。副社長時代にグループ会社となる株式会社ジョイフルエーカー設立に中心人物として携わり、現場の店員として一から学ぶことも体験する。

株式会社 ジョイフルエーカー

〒060-0906 札幌市東区北6条東2丁目3-1
<http://www.jak.co.jp/>

一般的なホームセンターは、仕入れから商品まで全て本部が決めています
が、売り場のスタッフにかなりの部分を権限委譲しているのが同社。
陳列方法も、店ごとに自由。地域やお客様の声を一番知っている
同社スタッフの創造性に任せているとのこと。(それこそ「そんなに
やらせていいの？」というほど自由に！)地域に密着し、
人との関わりの中で人生が豊かになっていくのを感じることが出来る。
そんな同社は、今後の成長がますます期待できます。



■インタビュアー
室田智美(フリーアナウンサー)
手間暇かけてでもお客様喜びを叶えよ
うとする同社の姿勢を一番体現している
のが木村社長なのでしょう。「めんどくさ
い」という表現を良く使われるのも実は、
単なる照れ隠しでは無いのかな？と思っ
ました。貴重な出会いに本当に感謝です。

先日にも急に寒くなって「ストロブの部品がない」と、
急にお客様が来店。部品を探して発注すれば、届くま
でに2週間かかる。売り場に目をやると、同じスト
ロブがある。その新品のストロブから部品だけを取り
外して、お売りした店員の社員がいましたね。

——「マニュアル化していないのに、社員みんなが
自発的にそのように対応している姿、素敵ですね。
誇りがあった。寒い中お客様が過ごさなくて済む！
これをジョイフルイズムと嬉しかったですね。」

——まさに「暮らしのなか」を大事になさっている
んだな、ということをお話の中から感じます。
今後はどんな方向を目指していくんでしょう？

大麻店を現在建築中ですが、単純に新店舗をどんど
ん増やすわけにはいかない。新店舗は増収増益だとわ
かりやすいが、あちこちに簡単に作れないからこそ、
1店舗1店舗を時代に合わせて、大切に育てていきま
す。「サンタ館」は、クリスマスシーズンを前に、日本の
ホームセンターとしては最大級の大サイズで、様々なも
のが全て揃う場所を初めて作りました。さらに近年で
はホームセンターとしては初めて本格的な仏壇売
り場も作りました。当初は、専門店から刺激的な言
葉も随分投げかけられましたけどね。

——「戦々恐々お手並み拝見」という感じもあった？
そもそも仏壇を持っていない人、専門店に行くのは敷
居が高いけれど、「このくらい値段で手にできて、

ご先祖様に手を合わせる習慣を作ることが出来るな
ら」と、初めての仏壇として購入してもいい。つまり、
もともと買う気のない人が、裾野を広げられるも
りて提案できれば、会長が発案したんです。ホーム
センターで、神棚は売っているのに、仏壇はなぜないの
かな？と言ったシンブルな発想から、「フェイスユーザー
」への提案でした。今となっては、道産子ならジョイフ
ルエーカーに仏壇が売っていることは周知。専門店も
ジョイフルエーカーに売り場ができたことで、自社の
販促キャンペーンを企画したり、チラシの折り込みを
増やしたり、業界活性のきっかけにもなりましたかもし
れません。消費者としては選択肢が広がるわけですから
嬉しいですね。

——今後新しいテクノロジーで考えていることは？

ジョイフルエーカーが強いのは「ペット館」。当社が
主催するペットフェスも、アクセスサポートを使って丸
2日間、開催。専門店さんにも多数出店していただき、
啓蒙活動やイベントの開催につながっています。トヨ
タ自動車さんもそのひとつで、ターゲットがファミリー
1層ということまで、ターゲットがファミリー
お客様にもきつかけにいただけたら、とニーズが一
致して開催いただいています。ペットの高齢化や、殺処
分の問題も抱える現代、ジョイフルエーカーは、売って
終わりではなく、時代の中でペットと共に暮らすみな
さんの「暮らし方」、またそのニーズにもしっかりと応
え、問題解決するという使命を持っています。

ペットの葬儀など、最後にまで責任を持ってご案内を
スタートさせました。有難いことに9月から始めた
「葬儀」には、毎日問い合わせがあります。やっぱりう
ちは問題解決、ジョイフルにはある。ジョイフルでや
っていたはずだ、とみなさん、どこかで記憶してく
れていたらしい。いざという時に困らなくていいだろ
うと常に考えていますよ。

——時代の中で変わっていく暮らしのありかたを、
いつも半歩先見見えて提案されているんでしょうか。

うちは効率より効果。だっ広い所にいつ売れるの
か、本当に売れるのかわからないものを置いておくの
は、一見効率がいいとは思えません。けれど一人でも
必要としているお客さまがいるなら、ジョイフルエ
ーカーは置く。そういう店なんです。「出来ません」な
いと言わない。断らない。だから「ライバルからも聞
い合わざかる」んです。

うちの社員は、なんでも探し出します。ライバルに
さえ、商品も情報も提供する。お客さんに聞かれて困
つて、ネットで買ったりすることも(苦笑)。で
も、そこまでする。どこまでする。それがジョイフル
イズム。店舗の数は4店だけれど、まだまだいろいろ
なことが出来ると思っています。だからこそ共に働く
従業員にも期待しています。ジョイフルイズムだから
こそ、成長の伸び代が多いと思えますよ。

