



ガラス建材流通業者 Interview
石上ガラス店 石上和博専務に聞く

横のつながり生かし元請けに
商品知識、提案力で仕事広げる

ガラス・サッシ販売店は後継者がおらず廃業していく所が増えているが、一方で世代交代も進んでいる。やる気を持ってこの仕事に取り組み後継者たちは、この業界をどう捉え、どのようなことに取り組もうと考えているのか。同業者や工務店などの横のつながりを生かし、一般消費者のリフォームの実績を増やしている石上ガラス店（広島県府中町）の石上和博専務に話を聞いた。

父の入院が転機に

現在31歳の石上専務は、今年1月で同社に入社して9年目。小さいころから身の回りにはガラスやサッシがあり、会社を継ぐことに違和感はなかった。

「ガラス店の仕事は面白い。見積もりして仕事が決まるとうれしい」といい、精力的に仕事に取り組む。「新築でも増改築でも、納めたガラスは形に残る。大工・工務店さんや、どの業種の人でもガラスを扱うことを嫌がり、『あなたたちが扱えない』といわれるもの

を扱えるという、優越感のよくな感覚がある」と語る。

父の石上満義社長は「もう教えずに自分でできる。こちらが教えてもらうぐらいだ」と全幅の信頼を置き、二人三脚で仕事に取り組む。

社長の片腕として同社を支える石上専務だが、大きく成長するきっかけとなった転機がある。2年前に石上社長が病気を患い、半年間の入院を余儀なくされた。それだけの長期間、会社を切り盛りするのは初めての経験だった。同社は広島県板硝子商工業

協同組合に加盟しており、石上専務は今年度から同青年会の会長を務めている。青年会には共通の話ができる仲間や、相談に乗ってくれる先輩がいる。石上社長の入院期間中も「同じような経験を持つ青年会OBのアドバイスで非常に助けられた」と語る。

そういった経験から、同業者だけでなく工務店や材木業者といった他業種の人たちとの交流も大事にする。「今日、明日に仕事が決まるといったことは無いが、横のつながりをつくっておけば、何かあったときに力になる」。

同社の売り上げは地場工務店の新築や増改築が大半。石上専務は「広島は人口に対して住宅の供給数が過剰気味だが、ビルダーが資金繰りのために建て続けなければいけない状況だ」と指摘する。石上社長は「新築はもうか

らないとよくいわれる。確かにそれほどもうかるわけではないが、当社の得意先はほとんど当社オンリーで取引してくれているので、助かっている」と語る。

取引先との信頼関係は、石上社長が長年かけて築き上げてきたたまものだ。「小さいころでも『すぐに来てくれ』といわれれば行く」といった、日々の地道な取り組みの結果にほかならない。

一方で、工務店の仕事は徐々に減ってきている。石上専務は「一般消費者にシフトしていかないといけないとは、常々思っている。そのシフトの仕方が分からないことと、今まで付き合っている工務店との関係もむげにはできず、その両立が難しい」といい、多くのガラス・サッシ販売店が抱える問題に同社も直面している。

ガラス・サッシ販売店が単独で一般消費者にPRするのは容易ではない。同社では卸店の担当者やリフォームの集客について話し合いを重ねており、同社と卸店の両社の社名を入れたチラシの作成などを検討している。2社の社名が入ったチラシはガラス・サッシ業界に限らず珍しい。

石上専務は「お客さんがチラシを見たときに、なぜこのチラシは2社で出しているのかと思うだろう」と、まず興味を持ってもらうことを重視。手書き文字でインパクトを出すなど、興味をひくデザインを研究する。

「昔は卸店やサッシメーカーをたたいて安く仕入れるという時代だったかもしれないが、ガラスやサッシを売ってもらえないとわれわれは商売が成り立たない。お客さんと仕入れ先という上下関係はあるかもしれないが、それほど

意識していない」といい、卸店はパートナーとして連携する。リフォームの施工実績は着実に増えてきている。同社の強みは元請けとなって幅広いリフォーム部位に対応できることや、豊富な商品知識と提案力で一つの依頼から仕事を広げられることだ。当初、玄関ドア取り換えの



石上社長（右）と二人三脚で仕事に取り組む

見積もりに工夫

リフォームの施工実績は着実に増えてきている。同社の強みは元請けとなって幅広いリフォーム部位に対応できることや、豊富な商品知識と提案力で一つの依頼から仕事を広げられることだ。当初、玄関ドア取り換えの



石上ガラス店社屋

依頼から始まった物件では、土間とポーチの打ち替えも要望された。同業のガラス・サッシ業者で対応できる所はすぐに浮かばない。そこで頼めるのは工務店だ。タイルのカタログを見せてもらい、どこに発注すればいいかなどを聞き、無事に納めることができた。日頃の工務店との付き合いが、こういった仕事の際に生かされる。

その物件では施主に複層ガラスを紹介すると、リビングなどの窓をアタッチメント付き複層ガラスに取り換えるという話になった。さらにアタ

ッチメント付き複層ガラスが気に入られたことで2階の窓も取り換え、一棟全ての工事に発展した。

ガラス・サッシ業者は割れ替えなどの際、一般消費者の家にいることができる。そのときに、窓ガラスが単板かどうかは一目で分かる。石上専務は「結露で困っていないかなどを聞き、『見積もりだけでもしてみましようか』といえ

ば、だいたいのお客さんは依頼する」という。「松竹梅」のグレード別に3パターンを提案するなど、見積もりには工夫を凝らす。施

主が見積もりを見て「これは値段が高いがどんな商品なのか」と関心を示せば、成約できる可能性は高い。そこから豊富な商品知識を生かした説明と、「結露で困っていると

技能士IDカード活用

熱帯魚店の仕事では、複層ガラスにもかわらず結露がひどく、オーナーが困っていた。日本板硝子の「スペーシア」を提案し、全てのガラスを取り換えることになった

が、施工には苦労した。ガラスのサイズが製作可能

サイズを超えていたため、間に無目を一本入れて対応。ローリングタワーを組まなければならぬ現場だったが、付き合いのある工務店を通じて手配した。

施工時期は1月で結露がひどかったが、施工後は結露が解消。「スペーシア」を気に入ったオーナーから自宅の窓も入れ換えてほしいという依頼を受け、まずは寝室の窓を入れ換えた。

その家は交通量の多い幹線道路沿いで、寝室には内倒し窓が3カ所。施工を終え、窓

を閉めた瞬間に外の騒音がびたりとなくなり、オーナーには違いがはっきり分かったようだ。結局、他の部屋の窓も全て「スペーシア」に取り換えた。

傷んでいた網戸の張り替えも依頼を受けたが、メンテナンスをしないという話を聞き出し、通常の網戸ではなく耐久性があるステンレス網戸を提案。全てステンレス網戸への交換となった。

「興味があることは調べる」という貪欲な姿勢で身に付けた商品知識を、施主への提案に生かすことを忘れない。「昨今はお客さんの方がよく情報を知っている。われわれが知らないという事はタブーだが、もし知らないことでも同業者や工務店などに聞けばよい」。横のつながりはあらゆる場面で役立つ。

リフォームは納めたら終わりではなく、メンテナンスも重要。特に「スペーシア」のような高額商品になればなおさらだ。そういった心配りや、身だしなみといった部分への配慮も欠かさない。

ガラス施工1級技能士の資格を持つ石上専務は、全国板硝子商工協同組合連合会が発行する技能士のIDカードを胸に着けている。これは広島

協組青年会のOBが活用していることを知り、すぐに自分も始めた。



技能士IDカードを身につける

一般消費者からすると、見ず知らずの人を家の中にいることには抵抗がある。石上専務は「IDカードを胸に着けていると、必ずお客さんはこれを見ると、こちらもガラス施工の1級資格を持っていることを相手に伝えることができ、お客さんも安心できる」とIDカードを身につけるメリットを語る。

さりげないことだが、社名の入った清潔な作業着を着用していることも、一般消費者にとっては印象が良いだろう。

何かアクションを

リフォームの仕事が増えてきているとはいえ、同社はまだ新築の売り上げに頼る部分

が大きい。今後の新築の減少や地場工務店の衰退など、同社を取り巻く環境は厳しくなる。「何かアクションをしてい

かないと何も起こらない」。石上専務が広島協組青年会の会長職を引き受けたのは、そういった危機感からだ。

青年会の今期のテーマは「横のつながり」。現場でトラブルがあった場合や、納め方が分からない場合など、青年会のメンバーならどんなことでも相談しやすい。

毎月1回集まり、情報交換を行う。「個人経営のわれわれにないものは営業力と情報。卸店から仕入れる情報は、やはり卸店で着色された情報になるが、青年会の会員同士なら同じ目線で、ダイレクトに伝わる」。今後は組合で登録基幹技能者の取得に向けた取り組みを進めていきたいと話す。

石上社長は「私はアドバイザーなどしていかないが、本人がいろいろな会合を開いてやっているのはいいことだと思う。失敗してもよく、それを踏み台にして前に進めばいい」と成長を見守る。

ガラス・サッシ業界に限らず、建設業全体で若年層の定着率低下や入職希望者の減少が進んでいる。国や業界の施策も必要だが、他人任せでは環境は改善しない。今業界で働く人たちがアクションを起こしていくことが、業界の活性化には不可欠だ。