



慶應義塾大学ビジネス・スクール

# R-STORE 21<sup>st</sup> century classic 創出を目指して

## — カリスマ経営者からのバトンタッチ —

都内の喧騒溢れる駅を抜けた閑静な住宅街の中に R-STORE 本社はある。

静謐で繊細な佇まいを持つその空間は、ある種の落ち着きを持って、来客を迎え入れてくれる。

ガラス張りのオフィスの中では、ファッショナブルな装いに身を包んだ女性社員が、何やら忙しそうな足取りで書類を抱え通り過ぎていった。

### 〈2018 年 R-STORE 社員 穂香の一日〉

「今日はどんな部屋に出会えるのだろうか」

運命の人に出会う予感がする時のような淡い期待を抱きつつ、穂香は今日も新たな物件探しへと軽やかな足取りで会社を出る。

毎回ではないが、自分の心にヒットするような物件に巡り合った時の高揚感は何物にも代えがたい。

「早くこのお部屋をサイトにアップしたい！」

そんな逸る想いを抱きながら、その部屋の魅力を最大限表現した写真を撮り文章を起こす。それがサイト上の誰かの目に留まり成約を得る。

この一連の仕事は、自分が良いと思ったものを認められたようで、とても嬉しい。その喜びが彼女を仕事に駆り立てる原動力になっている。

勿論、最初から全てが上手く回っていたわけではない。最初の頃は、自分が薦めるお部屋自体は良くて、なかなか成約が得られない状況が続いた。

このケースは R-STORE 社の全面的な協力により提供された情報で作成された。謝意を表す。ケースの構成上、若干の事実は脚色されている。登場する人物名はすべて仮名である。ケースを作成したのは高木晴夫、鈴木雅絵、鶴ヶ谷理子である。本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail:case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/> へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

Copyright © 高木晴夫、鈴木雅絵、鶴ヶ谷理子（2018 年 11 月作成）

R-STORE は歩合制のため成約が得られなければ自分の売上も伸びず給料もあがらないままである。

「何がいけないのだろう？」

そんな苦い思いを噛みしめながらも、

「お客さんに“今までに無い最高の時だったな”って思ってもらえる体験を提供するんだよ！」という  
5 道明寺社長のアドバイスを胸に、自分なりにサイトへ掲載する物件の紹介内容や接客スタイルを常に変  
化させ磨きをかけてきた。

自分の主観でセレクトした物件を一眼レフと三脚で撮影し（スキルは定期的にプロカメラマンから指導  
を受け研磨）、正確な住所や住む側に立った自分の感想等も含め詳細な内容もアップした。

物件内覧時やメールでのやり取りの際には、お客様の要望に耳を傾け、その気持ちを汲むように努  
10 めた。その上で、自信を持って薦められる物件を紹介し、時には相手が気づいていない要望にまで応  
えられるだけのものを紹介できるまでになっていったのである。

#### 〈オーナー A 氏の声（中古売買物件）〉

15 本当に困ってたんですね。

海外転勤が急に決まったため、渾身の想いでリノベーションした家を急遽手放さないといけなく  
なって。。

自分達の沢山の想いが詰まった家を、誰にでも売りたいわけじゃない。

できればこの家の良さを共感できる人に大事に使ってもらいたいという願いが捨てきれなくて。  
20 でも、普通の不動産屋さんでは、駅距離と築年数に重きをおいた対応をされるばかりでした。売買金  
額の考え方についても納得できるようなものではなくて。。

この家、本当に売れるのかな？とか不安だけが募る毎日でした。

そんな時に、元々、好きだった R-STORE さんが売買もやられてると聞いて、本当に縋る思いで連  
絡しまして。

25 R-STORE さんの社員の方はなんだか仕事というよりは、この家への興味で見に来られたような印象で  
したね。

そのためか、この家に対する自分達の想いにも共感し理解してくれたように感じました。

WEB での公開情報も写真だけではなく、文章で物件をリノベーションした背景や僕達の人柄まで伝  
えようとしてくれて凄く感激しました！

30 なんだか R-STORE さんは僕達と同じ船に乗ってくれたパートナーのような存在だと感じて、とても心  
強かったです。

R-STORE さんのお客さんって、自分達のライフスタイルに拘っている人が多く、個性的な物件を求

めている人がほとんどじゃないかなと感じます。

それもあってか、他の不動産屋さんでは他の物件に紛れ込んで埋もれてしまっていたような僕達の物件（1件問い合わせがあっただけ）も、R-STOREさん経由ではWEB公開してすぐに6件内覧してもらい、即日3件の申し込みを頂いたほど反響が凄かったです！

それに内覧に来てくださった方々も、この家の価値を見出してくれる人達で、値切られることもなくスピード売却できたんですよ！

取材から売買契約まで、なんだか笑いの多い明るく楽しい売却でしたね。

顧客からの有難い感想を聞きながら、穂香のような若き社員が頼もしく成長していく姿を改めて感じた道明寺は、ふとR-STORE創業当時の事を思い出した。

### 〈2009年 ブランド構築へ〉

「なんで、この焼鳥屋は繁盛しているのだろう？」と道明寺は、鶏肉を備長炭で焼きながらぼんやりと考えていた。

創業当初、道明寺はR-STOREの仕事をしながら時間に余裕がある時には、同じサービス業だから学ぶものがあるだろうと思い、友人が経営する焼鳥屋の手伝いをしていたのだ。

ほぼ毎日来店してくる常連客を目の片隅に入れながら

「もしかしたら人が鍵なのかな？」と感じていた。

「焼鳥屋にとって商品である鶏肉の質が良いのは勿論だが、人が毎日来るのはそれだけが理由じゃないよな？」

と、先程から店主や従業員と楽しそうに話している常連客の声を耳に入れながら更に考える。

「やっぱり人なのかな？でもそれって、不動産屋も同じだよな」とも思う。

「Aという同じ商品を複数の不動産屋が扱う以上、商品による差別化はできない。じゃあ、R-STOREにお客さんが来てくれるだけの魅力的なブランドって何でつくられるんだ？社員かな？そしたら、どんな社員だったら、そいつにお客さんは価値を見出しお金を払ってくれるのだろうか？」

さっきからひっきりなしに注文が入る焼き鳥を必死に焼きながら、道明寺は頭をフル回転させていた。

### 〈R-STOREの起源〉

道明寺は元々、建築学科出身である。当時は凶面を引くことに時間を費やす事が多い毎日だった。しかし、建築を造る事よりも、その建築がもたらす意味について考える事を好むような学生であった。

「ここに住む人はどんな暮らしをするのだろうか？ここではどんな働き方があるのだろうか？」等と、建築後について想像することが楽しかった。

そのため、将来は建築家ではなく、自分が好きな建築を紹介する仕事がしたいと漠然と考えていた。

就職活動では、建築を紹介することのできる出版社を希望していたが、縁あって株式会社イデーという生活そのものを豊かにするような事業に取り組んでいる企業へ入社した。基本は営業職だったが、ベンチャーに近い会社であったため、配送・溶接・木工・施工からイベント及び飲食とありとあらゆる業務の現場経験を積むことができた。当時、同社では龍崎社長の“「R」の力で色々な物事を問い直そう”という号令のもと、世の中の美的感覚や常識を「Re= 問い直」しながら、幾つかのリノベーションプロジェクトを行っていた。同社長の気概は今の道明寺にも引き継がれている。

「失敗しても命とられるわけじゃないんだから、とりあえずやってみろ」という龍崎社長の掛け声の下、素人集団でも新しいことをゼロから創り上げる醍醐味の面白さを知ると同時に、皆が全力で取組めば何とかなるといふサバイバル能力が身に付いた。大変な時代を共にした当時の仲間とは今でも仲が良い。

非常にタフな職場だったが、お客さんのことを考えながら何かを提示していくことは、道明寺にとって営業の奥深さを知る楽しい日々だった。

しかしながら、その後、同社が経営危機に陥ったため、道明寺はRプロジェクト株式会社というディベロッパー会社へ転籍することとなる。そこでは、“建築物を投資の対象＝儲けるための建物（不動産）”として扱う概念を初めて習得したが、道明寺は土地の仕入れや商業テナントのリーシング等に全く興味が持てなかった。そのため「俺は一体、毎日、何をしているんだろう」と鬱々とする毎日が続いていた。

そんな中、たまたま会社が放置していた“自社マンション紹介のためのウェブサイト”を見つけたのだ。「もしかしたら、このサイトを使えば自分が気に入った建物を紹介することができるんじゃないか」と道明寺は直感的に感じた。

学生時代に思い描いた「建築の素晴らしさを伝えたい」ことができるかもしれない、道明寺は何やら自分の奥底から湧き立ってくる熱いものを感じずにはいられなかった。賃貸不動産の経験もなかったが、大学時代の憧れの先輩である東京 R 不動産の吉良里社長きらさとのようにになりたいという気持ちもあった。東京 R 不動産は「セレクト系不動産」というマーケットを創造した会社である。同社の吉良里社長は、道明寺と同じ大学で研究室の先輩だ。当時から可愛がってもらっており、今でもいろいろな局面でアドバイスをもらう仲である。

道明寺は試しにこのウェブサイトを買取り、少しずつ自分好みのものに改良していった。

その後、リーマンショックの影響でRプロジェクト株式会社も倒産したため、結果として道明寺は不動産屋として独立することとなる。2009年 R-STORE 誕生であった。

## 〈R-STORE の収益構造〉

R-STORE は不動産賃貸・売買（中古）のお洒落なセレクトショップである。

店舗を持たない R-STORE にとってインターネット上のサイトは初めて顧客と出会う大切な場だ。サイトでは、借りる側のライフスタイルに合った物件が探せるように、定量的条件（賃料、間取り等）以外に定性的な検索（お風呂を楽しむ、風を感じる、海まで歩いて〇〇分、森林浴、路地裏等）をメインとしている。

一般的な不動産屋であれば、店舗に来店した顧客の希望に沿った物件を REINS（不動産業者のみ閲覧できる募集中の物件情報一覧ウェブサイト）により条件を絞り込み、希望に近い物件を紹介する。

しかしながら REINS では定量的な条件検索（駅近・新築・南向き等）しかできない。そのため定性的な情報（可愛い感じ、窓から緑が見える等）は、借りる側が現場に見に行くことでしか得られなかった。

更に R-STORE では、“R-STORE のメンバー”と称して、社員毎にセレクトした物件を掲載。各社員の Instagram アカウントも同時に掲示することで、より一層、借りる側が自分のファッションセンスや趣味・ライフスタイルに近い社員の物件を選択できるようにしている。

不動産はロングテールな商品のため、社会でたった一人が気に入れば充分商品として成り立つと道明寺は考えている。そのため社員も既婚者、独身、子供の有無等、様々な立場で色々な価値観をもった人材を集めて、多様な顧客層への対応を試みている。

強いて会社としてのセレクト基準があるとすれば「生活を素敵にしたい」という想いに基づいたものという所である。できるだけ素敵な家を多くラインナップし、少しでも多くの人が「気持ち良い・格好良い・幸せ・楽しい・美しい・面白いな」等と思ってもらえる空間を提供することだ。

サイトにはその他にも、物件を選ぶ上での注意点や、R-STORE から物件を賃貸・売買した顧客の今（おしゃれに暮らす人の紹介）等、当サイトを見れば、物件選びのノウハウから、賃貸・売買後の理想的なライフスタイルのイメージまで思い描くことが出来るようになっている。

このような工夫が功を奏してか、今では月間 WEB 閲覧数が 600 万、かつ、問い合わせ件数は 1500 件にまで達している。

道明寺は満足げに自社のサイトを見ていた。

「9 年前、一人で創っていた頃に比べたら雲泥の良さだ。」と一人孤独に向き合いながら作業をしていた頃と、社員一丸となって創り上げている今の状況の違いに我ながら感無量だった。

「でも、これだけではいずれ真似されてしまう。お客さんとの最初の出会いはサイトだが、実際の勝負はリアルな接点となる内覧時だ。

R-STORE の信念の一つである“最高の顧客体験を提供する”ためには、この内覧時が非常に重要

な機会だ。

最高の顧客体験を提供できる時間は内覧時の数十分と言っても過言ではない。

限られた時間内でお客様が社員に対して良い印象・信頼感・安心感を抱き、物件探しを任せたいと思ってくれたための接客が鍵になるだろう。

5 物件は他の不動産屋と同じでも、R-STORE を通して得た体験が違うから R-STORE で借りたい、とお客さんが思ってくれる。

ウェブサイトから始まり成約に至るまでのありとあらゆる体験が今までの不動産屋とは全然違う。その体験の違いを感じてくれたことに対して、お客さんが納得して仲介手数料を払う。その一連の体験を提供する事こそが R-STORE のレーゾンテールでありブランドだ。」

10 と道明寺は確信に満ちた思いを胸に、自社の人づくりについて想いを馳せるのであった。

### 〈R-STORE の文化 ～人づくり～〉

15 状況が常に流動的に変化するサービス業では、何よりも各局面で各自が判断して対応することが重要になる。その際、自分で考えられず上司に判断を仰がないと対応できない社員では売上が伸びない。

そこで R-STORE としては教育よりも現場での経験を何よりも大事にしていた。

「100 個教えられるより 1 個実際に失敗したほうが自分で考えるようになり、仕事を覚える。」と道明寺は考えている。そのため入社後は、現場での判断基準である R-STORE のブランドフィロソフィーを理解させた上で直ぐに現場へ出す。

20 自分の足で踏みだして、失敗だとはっきりわかること。それはとても貴重な経験だ。その経験は無形のノウハウとして後々、効いてくる。

現場で色々な経験をするから見えてくる間違いや違和感がある。もっとこうすれば良くなるということがある。間違っていた時は、なぜ間違ったかを、そうでない場合でも、もっと良い方法が無かったかを検討する。それを繰り返す事で判断の精度が上がる。

25 各自が現場で得たことは定期的に会議で共有している。しかし、各社員自らが編み出したアイデアや改善等、経験に基づく無形のノウハウは個人の中に蓄積され、その積み重ねは決してマニュアル化できない。従って、社員は交換不可能だ。

30 そのため、道明寺の役割としては、できるだけ長く働いてもらえる環境や失敗できる風土を創り、各自のモチベーションやパフォーマンスを上げることが大事だと考えている。そのための工夫は労を惜しまなかった。

具体的な施策としては、次のようなものがある。

R-STORE は、各社員の状況に最適な働き方をして欲しいと望んでいるため、勤務形態は社員の発

想から生まれた仕組を取り入れている。

週5勤務、出勤時間・場所の連絡徹底および遅刻厳禁は厳格化しているが、出勤時間・休日取得日（0.5日単位）・出勤場所（社外含む）は各自で調整可能である。

また、会社は社員のセーフティネットとしての役割をも担うと考えているため、一時的にベビーシッターが見つからない場合等の非連続的な社員の子連れ出勤も認めている。加えて、全社員による座談会（年始）や社員旅行の他に、「働き方」について有志で議論を重ねる場を継続的に設けるなど様々な取り組みをしている。このような取組は、働き方を「ゼロから考え直す」ことで、固定化したあらゆる概念を「問い直す」ことを文化として根付かせたい道明寺の想いも込められている。更に、人事評価制度の観点では、役員及びマネージャーによる人事評価から、今後は、それ以外のスタッフの視点を含めた評価制度への改訂も検討し始めている。

### 〈道明寺社長の苦悩〉 2017年8月

「なぜだ、なぜ次から次へと辞めていくんだ・・・」

ここ半年間で、立て続けに創業当時の苦楽を共にしてきた仲間が、他にやりたいことができたといつて R-STORE から離れていってしまった。

R-STORE が嫌になって辞めたというよりも、自分で何かをやってみたいという想いが退職の主な理由だった。それはある意味、前向きな辞め方であり、それなりに理解はできる。

しかし、その一方で、彼等の今後やってみたいことが、R-STORE ではできない、と彼等が判断した結論でもある。。

その事に道明寺は衝撃を受けた。

「俺達が 21st century classic を創るんだ！」

過去から引用するのではなく、未来から見た時に、今の 21 世紀が古典になるようなものを自分たちが新しく生み出すんだ、という気概で全社員と共に今の事業を創り出していっていると思っただけに、この事実は道明寺にとって堪えた。

2016年3月には新役員となった藤堂へ R-STORE のほぼ全権を委譲し、道明寺自身は宿泊事業 BOOK AND BED TOKYO へ時間を割く日々が続いていた。

道明寺と藤堂は隣の席同士で、社内の中では最も道明寺とコミュニケーションがとれる人物である。

また、自分とは違って細かい作業が得意な藤堂のことを信頼し、今では営業戦略の立案等も任せていた。その結果、R-STORE の今期売り上げは大きく伸び、これも新役員とマネージャー達の手腕によるものだと内心嬉しく思っていた矢先のことだった。

「もうこれ以上、大切な仲間を失いたくない。俺はどうしたら良いんだ。。。」

答えの出ない袋小路の中をさまよい歩いているような辛く重苦しい日々が過ぎていった。

そんなある日、昔の同僚で仲の良い源太と飲みに行った際に、自分の苦しい胸中を話してみることに  
5 した。彼も今では飲食事業で独立した若き経営者だ。

二人で酒を飲みながら、道明寺は社員が去っていった悲しみや寂しさ、今後の経営方針の不安等、  
色々な事を話した。

互いに経営者という同じ立場もあってか、久しぶりに心の内を吐露できたように感じた。

10 「お前も大変だな。でも、人を辞めさせない会社は創れないんじゃないの？

大企業みたいな凄い所だって辞める奴は辞めるしさ。

それよりも、この会社にいたい、辞めたくないって思わせるような魅力ある会社創りをしていったほうが、  
俺は好きだけどね」

一通り道明寺の話聞いた源太はそんなことをポツリと言った。

15 「俺らは失うものなんて何もないベンチャーだろ？

大企業みたいに多額の資本もないし、何にもないだらけだ。

でも、そんな俺らだからこそ、自分達の夢に向かって思い切り挑戦する情熱と行動力は誰にも負け  
ないんじゃないの？それが俺らの原動力だしね。

その夢や俺ら自身に魅力があれば、その夢に惹きつけられた人が社員になってくれるし、みんなで  
20 会社を盛り立てていける。」

と源太は、眼光鋭く毅然とした面持ちでそう言うと、

「俺はこれからやりたいことを考えると楽しくてしかたないんだよ。

なんていうか血が騒ぐっていうかさ！

だから社員には大変なことがあっても俺についてこい！

25 なんとかするからって言ってるぜ！」

と大仏みたいな顔を大きく崩しながら、グハッと笑って一気に大ジョッキのビールを飲みほした。

そんな彼を見ながら、道明寺は「もしかしたら俺はベンチャーらしさを、自分らしさを失っていたので  
はないか？」とハッとした。

30 なにやら楽しそうに歌いながら帰っていく源太を見送りながら、道明寺は「やっぱり仲間って良いな」

そんなことを改めて感じると共に、また初心に戻ってやり直そうと決意した一夜でもあった。



その後、道明寺は、自分の会社はどうありたいのか、何を社会に・顧客に提示したいのか、そして10年・20年後にはどうなっていたいのか。

R-STORE のビジョンづくりに改めて乗り出したのだった。

## 〈2018年夏 沖縄〉

どこまでも澄んだ青い海と広い空の下、道明寺は久しぶりに心身ともに解放され、命が伸びていくような感覚に包まれていた。

この所、たびたび道明寺は意図的に沖縄へ長期滞在している。藤堂役員を始めとして、権限移譲をしてはいるものの、やはり現場にいれば口を出してしまう。

それは今後の体制づくりに悪影響だ。そのため、物理的に自分がいなくなることで自分にも社員にも今後の体制づくりを意識させている。

創業して10年。自分が真剣に楽しめる事業だけに取り組んできた。

ここまでの道のりは決して平坦ではなかったが、ただただ自分の中の情熱を頼りにやり続けてきた。

その成果がここ数年でようやく実り、事業も組織も徐々に拡大しつつある。

外国人向け賃貸仲介 R-ESTATE TOKYO は、この数ヶ月で問い合わせが増え、更なる今後の成長を確信している。

2015年にオープンした BOOK AND BED TOKYO は「The Guardian」「The Huffington Post」等に掲載されたことも功を奏し、世界各国から予約が入っている。そして今年秋には大阪心斎橋店が新たにオープン予定で、道明寺は今からその時を楽しみにしている。

また、同年から取り組んだ売買仲介 by R-STORE も2016年度からは完全にメイン事業の一つとなった。

そして、創業部門でもある R-STORE。2016年度からは新たに藤堂を新役員に選任し、彼にほとんどの権限を委譲している。

今では、現場の細かい事は藤堂に任せ、道明寺は会社全体の成長戦略を練ることに注力している。自分は社員に夢を見させるカリスマのような存在でいようと心に描いているのだ。

そのため毎週月曜の全社員ミーティングでは、“売上幾ら達成”的な細かい指示はしないが、R-STORE の理想については語り続けている。

新役員やマネージャーが成長し活躍していくことは会社の発展のためにも喜ばしいことだ。しかし創業部門である R-STORE の事業や社員に対しては今でも並々ならぬ思い入れがある。権限移譲後は、自分がそこで不要になっていくことを日々実感することもあり、創業者にとってはなかなか耐え難いもの

がある。

でも、と道明寺は思った。

「この未練は断ち切らないといけない。事業ドメインが増えていく中で、自分が全てを見ていたらベンチャーらしいスピードが落ちる。それに俺は0から1を創ったが、1を100にするのには向いていない。それを認めて彼等に任せなければいけない。そのためにも今後、R-STORE が継続して成長していくための体制づくりをしていかななくては。

最近のマネージャーを含めた経営層の判断が、現状維持に流れている傾向が多少心配ではあるものの、売上を増やし、皆の給与を増やし、20年後も R-STORE が残っていて、成長の果実を関わってくれた皆が享受できるようにするための体制づくりが必要だ。20年後に僕はここにいない。いずれは自分の所有する自社株も社員に譲る。そのためにもこの体制作りはもっと皆の頭で考えたほうが良い。」そんなことを道明寺は思っていた。

勿論、物件紹介の方法を始めとして社員の個を極だたせていくことに対する経営者のジレンマがないわけではない。しかし、「人」あってこそその R-STORE だ。

「社員個人を通じて顧客を R-STORE のファンにできれば。そして最終的には R-STORE が社員のプラットフォームを運営する形になれば良い。そのほうが人はどんどん育つ」と。

それと同時に「あともう一つだな」とも思った。

それは自分がひょんな偶然から関わることとなった不動産業界についてだ。

自分を含めて部屋を借りる時等に関わった不動産屋であまり良い思いをした人がいない。騙されたり、詐欺まがいのことをされたり、不動産屋の都合で契約を迫られたり。。

そんな話を聞いた時に、悪徳同業者に対する憤りを感じずにはいられなかった。

「なにしろ、これからこの業界でやっていく社員がそんなイメージでみられたら可哀想だ」とつぶやく。

若い社員が胸を張って“私は不動産屋よ”と生きていける業界にしなければ、と道明寺は不動産業界を担う一員としての社会的責任を強く感じていた。

25 広く大きな紺碧の空の下に泰然と立つ大きなヤシの木を見ながら、道明寺はぼつり、「幸せな人生」とつぶやく。

「引退してもメンバーに慕われるような人だったら俺の人生は幸せだったと言えるんじゃないかな。そのためにも皆の成長を邪魔せず、見守り、励まし、助け、そしてこれから自分自身も成長していきたい。」

道明寺はにっこりと微笑みながら、秋から心待ちにしている新規事業のことを思い、決意を新たにした。

30

## ～付属資料～

### 〈会社概要〉

- 2009年 9月 株式会社アールストア（屋号 R-STORE）設立 5
- 2015年 11月 BOOK AND BED TOKYO 池袋 OPEN
- 2015年 3月 by-R-STORE OPEN
- 2016年 3月 藤堂氏 R-STORE 新役員就任
- 2016年 4月 事業分社化  
アトリエブックアンドベッド株式会社 10  
(屋号 BOOK AND BED TOKYO) 設立
- 2016年 12月 BOOK AND BED TOKYO 京都 OPEN
- 2017年 1月 BOOK AND BED TOKYO 池袋増床
- 2017年 4月 BOOK AND BED TOKYO 福岡 OPEN  
R-STORE 鎌倉支店 OPEN 15
- 2017年 10月 R-STORE 荻窪支店 OPEN  
BOOK AND BED TOKYO 浅草 OPEN
- 2018年 5月 BOOK AND BED TOKYO 新宿 OPEN  
カフェ「by BOOK AND BED TOKYO」OPEN
- 2018年 10月 「こんにち WORK」スタート 20
- 2018年 秋 BOOK AND BED TOKYO 心齋橋店 OPEN 予定

\* アトリエブックアンドベッド株式会社（屋号 BOOK AND BED TOKYO）

「寝る」瞬間における最高の体験を追求したホテル。

東京の新しい文化として「The Guardian」「CNN」「The Huffington Post」「Casa Brutus」「National Geographic」等に掲載された。 25

内装は店舗毎に著名なインテリアデザイナーと、ブックセレクトは「SHIBUYA PUBLISHING BOOK SELLERS」、グラフィックデザインは「Soda Design」等の各分野とのコラボレーション事業でもある。

また、心齋橋店での併設カフェメニューは「SOUR」と初の共同開発である。

## 〈社員構成〉 2018 年 10 月時点

株式会社アールストア

営業チーム マネージャー 4 名（全員女性）。

5 全社員 35 名（内 男性 10 名、女性 25 名）

アトリエブックアンドベッド株式会社

全社員 12 名（内 男性 2 名、女性 10 名）、アルバイト約 80 名

## 〈R-STORE の哲学〉

10

R-STORE は社員全員が幸せになる会社を目指している。

そのため次のような信念を共有する。

### ① 最高の顧客体験の提供

15

R-STORE の売上は最高の顧客体験を提供することから生まれる。

従い、常にお客様が何を求めているか素直にその声を聴き、気持ちを汲み取り自己の接客を改善し続ける。そして、我々が提供する全てのモノ、コトがお客様にとって最高の体験であり、「R-STORE で家を借りて良かった」と思ってもらえる体験を提供する。

### ② 利益は後からついてくるもの

20

利益追求は会社存続のための必須条件である。

R-STORE における利益は、お客様に最高の体験を提供してはじめて得られるものである。それなくして生まれる利益など何の価値もない。

従い、常に「最高の顧客体験」が「会社の利益」よりも優先される。

### ③ ストレスの無い働き方をする

25

人間は能動的に働いている時にストレスを感じることなく最高のパフォーマンスを発揮する。その状態を実現するため、我々は全業務をよりスピーディに行うタイムマネジメントを考え実行する。行動力の速さは、お客様や仲間の信頼および新たな時間の創出を生み出す。その結果として業績・収入の

30

向上および人生の豊かさに繋がる時を得ることが出来る。

従い、我々は常に全てにおいて能動的に働き、利益を生み出す。

#### ④ 他者を尊敬する

R-STORE は、各自が誠実に役割を果たし、仲間が支え協力し合った賜物である。

「ストレスの無い働き方」の実現も同様だ。そのため、我々は常に仲間に対し尊敬の姿勢を持って接する。その姿勢は、自己の行動が仲間や R-STORE にとって適しているか客観的に観察し省みる自律心と謙虚さを生み出す。またその過程において、各自が様々な事柄を吸収し成長することで、我々は R-STORE としての成長をも獲得する。

5

#### ⑤ 常に挑戦

R-STORE の R は Re (「～し直す」) の R である。

我々は、何事も自分達で問い直し、考え直し、本質を追求し、新たな価値を生む。

今までの慣習に流されず、「これがベストなのか」を常に問い続ける。そして自分達で考えて良いと思うものを世に問い、挑戦し続ける。

過去から引用するのではなく、21 世紀という今の日本人に支持されているものが、未来から見た時に、日本文化（古典）になるものを自分達が新しく生み出す。

10

15

20

25

30

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

---

不 許 複 製

---

慶應義塾大学ビジネス・スクール

---