

**「掃除でおもてなし・経営革新セミナー『掃除で、人よし、企業よし、世間よし』
の開催について**

～「掃除と経営」を語る上で、今、最高の講師陣が大阪に！～

【問合先】大阪商工会議所 流通・サービス産業部
流通担当（土居・堤）
TEL：06-6944-6440
携帯：090-5151-8004

- 大阪商工会議所は、企業経営に及ぼす“掃除の効用”に焦点を当て、理論と実践の両面から検証する「掃除でおもてなし・経営革新セミナー『掃除で、人よし、企業よし、世間よし』」を2013年2月14日（木）に、大阪商工会議所7階国際会議ホールにて開催する。
- 同セミナーでは、講演や対談を通じて、掃除と企業経営の関係性について紹介する。まず、48年連続の増収増益を実現させている塚越 寛・伊那食品工業代表取締役会長が「掃除でいい会社をつくりましょう」をテーマに基調講演。続いて、同氏と、イエローハット創業者で、掃除をテーマにした活動や講演を全国各地で行う鍵山 秀三郎・日本を美しくする会相談役との対談「私の思い、掃除と企業経営」を行う。
- また、これまで実施してきた「掃除でおもてなし」事業を映像で紹介するとともに、同事業に参加し、実際に掃除活動を実践する企業からも事例発表する。また、コメンテーターの加護野 忠男・甲南大学特別客員教授、大森 信・日本大学経済学部教授が、経営学の観点から“掃除の効用”について解説し、ディスカッションを通じて自社で掃除に取り組む際のポイントについて紹介する。
- 参加費は、大阪商工会議所の会員企業は、1社1名に限り無料。会員企業2名以上や非会員企業は、1名につき1,000円。参加申込はFAXもしくは、ホームページ (<http://www.osaka.cci.or.jp/souji2013ok/>) にて受け付けている。
- 大阪商工会議所は、今年1月から「掃除、整理・整頓、清潔」活動が企業経営に及ぼす影響などを検証し、経営革新・改善に資する情報として広く紹介する「掃除でおもてなし」事業を実施している。本事業では、企業経営における清掃活動への取り組みや効果に関する調査、事例紹介ガイドブック（添付資料）の作成、セミナーなどを実施してきた。

以上

【添付資料】

資料1：掃除でおもてなし・経営革新セミナー「掃除で、人よし、企業よし、世間よし」
開催案内

資料2：掃除でおもてなしガイドブック

掃除で、人よし、 企業よし、世間よし

参加費	大商会員: 1社1名様限り無料 [2名様以上1名様につき1,000円]
	非会員: 1名様1,000円
【申込方法】	下記申込書にご記入の上、FAX 06-6944-6565にご送付下さい。
【申込メー切】	定員(500名限り)に達し次第締め切りますので、お早めにお申し込み下さい。
【参加費お支払い】	当日、会場受付にてお支払い下さい。釣銭が無いようにお願いいたします。

FAX: 06-6944-6565

【大阪商工会議所 流通・サービス産業部 流通担当行】

会員区分 ※いずれかに○印をお付けください。	1. 大阪商工会議所 会員	2. 非会員
---------------------------	---------------	--------

申込人数・参加費	()名参加 ()円支払います。 ※申込多数の場合は、参加人数をご調整いただく場合がございます。
----------	---

貴社・団体名	
--------	--

所在地	
-----	--

TEL / FAX	TEL	FAX
-----------	-----	-----

ご参加の方の お名前	お役職	メールアドレス
---------------	-----	---------

●プログラム、講師、会場等が都合により変更になる場合がありますので、予めご了承下さい。

●ご記入頂いた情報は、大阪商工会議所からの各種連絡・情報提供(メール含む)のために利用するのをはじめ、講師には参加者名簿として配布します。

お問い合わせ 大阪商工会議所 流通担当(土居) TEL.06-6944-6440

掃除で、人よし、 企業よし、世間よし



世界一受けたい! 「掃除と経営」の講座!

またとないチャンス!
「掃除と経営」を語る上で、
最高の講師陣が大阪に!

- 1 「年輪経営」で48年連続の増収増益を実現し、利益や生産性よりも従業員や取引先、地域社会の快適さ、幸せを追求する塚越寛氏(伊那食品工業(株) 代表取締役会長)。同氏の講演と、(株)イエローハット創業者である鎌山秀三郎氏(日本を美しくする会 相談役)との対談で、新たな企業経営のあり方を学びましょう!
- 2 わが国経営学の第一人者加護野忠男氏(甲南大学特別客員教授)による講演、そして「トイレ掃除の経営学」著者、大森信氏(日本大学経済学部教授)が経営学の視点から掃除を語ります!
- 3 大阪商工会議所の「掃除でおもてなし」事業の紹介と、同事業を通じて、掃除活動を実践する企業の事例発表が、自社の取組みのヒントになります! 「掃除活動に取り組みたい」と考える企業の経営幹部の参加をお薦めします!

開催 2013年2月14日[木]

13:30~16:45

場所 大阪商工会議所 7階 国際会議ホール

参加費 大商会員: 1社1名様限り無料
[2名様以上1名様につき1,000円]

非会員: 1名様1,000円

※要申込。先着順で締め切らせていただきます。

大阪商工会議所

プログラム

2013年2月14日[木]
13:30～16:45

掃除でおもてなし・経営革新セミナー

掃除で、人よし、 企業よし、世間よし

開会挨拶

大阪商工会議所 副会頭 小嶋 淳司



講演

「欧米型経営手法の限界を超えて ～企業経営における掃除活動について～」

甲南大学 特別客員教授 加護野 忠男氏

基調講演

「掃除でいい会社をつくりましょう」

伊那食品工業株式会社 代表取締役会長 塚越 寛氏



休憩

事例発表

「掃除で経営革新を！ ～掃除でおもてなし事業の紹介を通じて～」

大阪商工会議所 流通活性化委員長 山本 博史

これまでの大阪商工会議所の取組みを映像で紹介するとともに、「経営者掃除大学」に参加し、新たに掃除に取り組む企業からの事例発表、さらにはコメンテーターを交えて、「掃除の効果」について議論する。

事例発表 「経営者掃除大学」 コメンテーター 甲南大学 特別客員教授 加護野 忠男氏
参加企業幹部 日本大学 経済学部 教授 大森 信氏

コーディネーター 産業情報化新聞社 代表取締役 竹原 信夫氏



対談

「私の想い、掃除と企業経営」

特定非営利活動法人日本を美しくする会 相談役 鍵山 秀三郎氏

伊那食品工業株式会社 代表取締役会長 塚越 寛氏

コーディネーター 産業情報化新聞社 代表取締役 竹原 信夫氏

終

講師紹介

塚越 寛 [つかこしひろし]

(伊那食品工業株式会社 代表取締役会長)



1958年伊那食品工業株式会社に入社。1983年同社代表取締役社長、2005年3月に同社代表取締役会長に就任。

2011年に「旭日小綬章」受章。他にも、「優秀経営者顕彰制度」(日刊工業新聞社)の最優秀経営者賞、「グッドカンパニー大賞」(中小企業研究センター)グランプリなど多数受賞。著書に、「いい会社をつくりましょう」(文庫2004年7月)「幸福への原点回帰」(文庫2007年12月)「リストラなしの『年輪経営』」(光文社2009年2月)など。

「年輪経営」で、 連続48年増収増益を達成！

塚越寛氏が会長を務める伊那食品工業株式会社は、国内シェアの80%を誇る寒天メーカー。1958年の創業以来、安定的な成長を目指す「年輪経営」を実践し、48年連続で増収増益を達成している。

「いい会社」とは

同社の社是は「いい会社をつくりましょう」。「いい会社」は永続的に成長を続け、社員や取引先、地域社会すべてを幸せにするものとして、企業環境の整備、文化振興等、様々な活動に取り組んでいる。



鍵山 秀三郎 [かぎやまひでさぶろう]

(特定非営利活動法人日本を美しくする会 相談役)

株式会社ローヤル(現(株)イエローハット)創業者。掃除をテーマにした活動・講演を全国各地で行なっている。著書に、「凡事徹底」「鍵山秀三郎語録」「小さな実践の一步から」「掃除に学んだ人生の法則」(いずれも致知出版社刊)「正しく生きる」(アスコム社刊)。



加護野 忠男 [かごのただお]

(甲南大学 特別客員教授)

1988年神戸大学経営学部教授・経営学博士。神戸大学大学院経営学研究科教授を経て、2011年～甲南大学特別客員教授、神戸大学名誉教授。専門分野は経営戦略論・経営組織論。研究テーマは日本の会社制度、経営精神、経営戦略、経営組織についての総合的研究。著書は、「経営組織の環境適応」(白桃書房)「日本企業の多角化戦略」(共著・日本経済新聞社)など多数。



大森 信 [おおもりしん]

(日本大学 経済学部 教授)

2001年神戸大学大学院経営学研究科博士課程修了。博士(経営学)。現在、経営戦略論ならびにマネジメント論を担当。経営研究所「新事業創造戦略研究会」コーディネーター。著書に「トイレ掃除の経営学—Strategy as Practiceアプローチからの研究」(白桃書房)。



竹原 信夫 [たけはらのふお]

(産業情報化新聞社 代表取締役)

1971年フジサンケイグループ日本工業新聞入社。1997年～2000年大阪経済部長。2001年に独立し、産業情報化新聞社を設立。年間約500人の中小企業経営者に取材し、月刊紙「日本一明るい経済新聞」を発行する。講演、NHKテレビ「おはよう関西」元気中小企業コーナーに出演するなど講演、TV出演など多数。

13: 30

13: 35

13: 50

14: 50

15: 00

15: 45

16: 45

掃除で おもてなし ガイドブック



掃除で、おもてなし！



「掃除でおもてなし」事業について

大阪商工会議所 流通活性化委員長 山本 博史



わが国のサービス産業は、国民総生産の約7割を占める、次世代を担う産業分野であり、生産性の向上や高付加価値化の実現を通じた更なる成長が望まれている分野でもあります。

そこで、大阪商工会議所では、サービス革新(イノベーション)の実現に向けた、具体的な取り組みや、ビジネスモデルを検討する「関西サービス・イノベーション創造会議」を近畿経済産業局、京都大学経営管理大学院など、産学官連携のもと、平成20年9月に立ち上げ、サービス革新を実現した企業の取り組みを紹介するセミナーの開催や、新サービスの創出に向けた研究・開発を行うワーキンググループ活動などを行って参りました。

今年度は、新たな取り組みとして、諸外国からも高い評価を得ており、今後、我が国の貴重な資源としてグローバル展開も期待できる、「おもてなし」に関する諸事業を展開する運びとなりました。そして、その第一段階として、「掃除でおもてなし研究会」(座長：大森信 日本大学経済学部准教授)を設置し、「おもてなし」に欠かすことが出来ない要件である、「清掃、

整理・整頓・清潔」に焦点を絞った「掃除でおもてなし」事業をスタートいたしました。

当冊子は、同事業の一環として発行するものであり、「清掃、整理・整頓・清潔」に関するアンケート調査結果や企業における掃除活動への取り組み事例などを具体的にとりまとめた内容となっております。皆様方におかれましても、二読いただき、企業経営の改善や革新に是非ともお役立ていただきたいと考える次第です。

【掃除でおもてなし研究会】

座長	大森 信	日本大学経済学部 准教授
顧問	加護野 忠男	甲南大学 特別客員教授
メンバー	竹原 信夫	有限会社産業情報化新聞社 代表
	田口 一江	近畿経済産業局 産業部 サービス産業室長
	富阪 一之	大阪商工会議所 流通・サービス産業部長

Sに限らず、外部の人からみると、それがなぜ重要なのか、よくわからない慣行がある。

京セラの第2代目社長の伊藤謙介氏から興味深い話をきかせていただいた。伊藤氏は工場を見に行くとき、まずトイレに向かうそう。そして、スリッパの並び具合を確認する。きっちり並んでいる工場は大丈夫だと。乱雑な工場は問題を抱えていると考えた方がよいという。スリッパをきちんと並べるといふ一見、些細なことだけで、従業員の働きがわかるということだ。

欧米流の経営を考え直す

人が掃除に打ち込んでいる姿は美しい。しかし、企業経営にとって掃除や5Sに何の意味があるのか、はっきりとはわからないこともまた事実だ。単に職場をきれいにしたいのであれば、清掃業者に委託すればよい。それにもかかわらず、あえて掃除や5Sに力を入れている日本企業は多い。なぜなのか。

欧米流の経営学は目的から出発する。最初に目的ありきだ。これに対して掃除の発想は手段から始まる。ここに



掃除で、おもてなし!

日本的な経営発想の特徴がある。

松下幸之助さんは、些細でつまらなそうなことでも、それをきっちり日々こなしていくということが重要であると、述べておられる。凡事徹底。観面注意だ。意味や目的というのは、それを実践するなかで、自分自身で見出していく。他人から与えられるものではないのである。

江戸時代に書かれた「葉隠」という本にも、「大事は軽く考えよ、小事は重く考えよ」と述べられている。大切なことというのは常に考えているので、軽く考えられるようにしておくべき。一方、小事というのはいつも考えているわけではないからこそ、慎重であらねばならない。小事をきっちりできることが重要であり、軽んじてはならない。

掃除や5Sも同じ。小事にみても、それを日々行うことと自体が大事なのだ。何のためにするのか、などと初めから質問するのは愚問なのだという要素があるのだろう。やっているうちに意味や目的がみえてくる。みずから実践するなかで気づくことに価値があるのだ。

掃除・5Sで経営が変わる!

甲南大学 特別客員教授 加護野 忠男



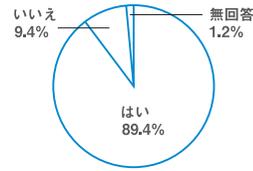
掃除や5S(整理、整頓、清掃、清潔、躰)がなぜ大切か。それはひとつの理由で語れるものではない。やむしろ「理由ありき」で実践すべきものではないだろう。掃除や5Sを行う理由は、それを実践するなかで「みつめる」「気づく」ということにあるのではなからうか? 日本には、掃除や5

企業経営における「清掃、整理・整頓・整頓、清潔」に関するアンケート結果概要

アンケート結果のポイント

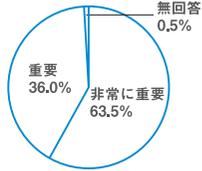
(1) 「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の実施について

「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動を行っていますか」については、9割弱(89.4%)の企業が「はい」と回答しており、「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動への意識の高さが表れた結果となっている。



(2) 「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の重要性について

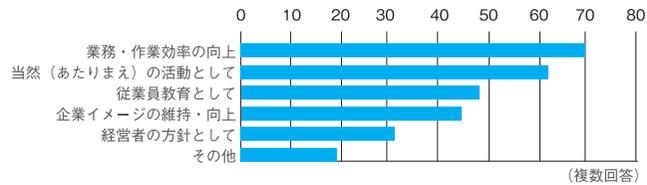
「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動が重要だとお考えですか」については、6割強(63.5%)の企業が「非常に重要」、3割台半ば(36.0%)の企業が「重要」と回答しており、ほぼ全て(99.5%)の企業が「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動を重要視している。



(3) 「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の重要性(個別事由)について

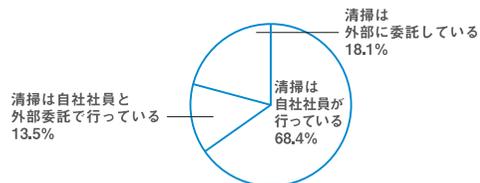
対象：(2)で「非常に重要」「重要」と回答した412社

「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動が重要だとお考えの理由」については、ほぼ7割(69.9%)の企業が「業務・作業効率の向上」と回答。また、6割強(61.2%)の企業が「当然(あたりまえ)の活動」と回答しており、「清掃、整理・整頓、清潔」は職場環境の維持改善の活動であるとともに、企業にとってあたりまえのこととして捉えられている。



(4) 「清掃は、自社社員が実施しているか、外注しているか」について

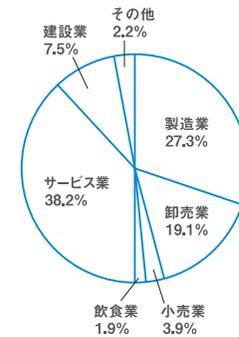
「清掃は自社社員が行っている」(68.4%)「清掃は自社社員と外部委託で行っている」(13.5%)と8割強(81.9%)の企業がなんらかの形で自社社員による清掃活動を行っている。



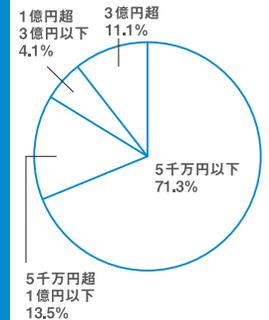
調査概要

- 調査の目的：「清掃、整理・整頓、清潔」に対する経営者の意識や各企業における清掃活動への取り組みの現状及びその効果などを把握・分析するため、調査を実施した。
- 調査対象：大阪府内の企業7,863社
- 調査期間：平成24年1月10日～19日(10日間)
- 調査方法：調査票の発送・回収はFAX
- 有効回答数：414社(有効回答率5.3%)

業種内訳



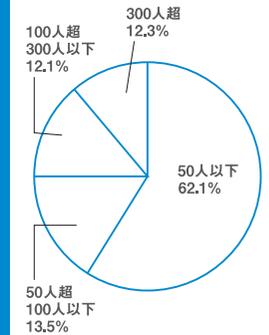
資本金



上場の状況



従業員数



企業経営における「清掃、整理・整頓、清潔」に関するアンケート調査結果から

日本大学経済学部 准教授 大森 信

掃除と企業経営の関係に注目して研究を進めてきた筆者にとっても、400社を超える大量の調査結果に接するのは初めてであり、このデータはたいへん貴重で、示唆に富むものである。

まず興味深いのは、掃除を実践していない企業、すなわち「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動を「していない」と回答した39社（全体の1割近く）からも返答があつて、その内の何と全ての企業が「清掃、整理・整頓、清潔」は「非常に重要」もしくは「重要」と回答していることである。つまり掃除を実践していない企業でも、掃除が企業経営にとって重要な活動と考え、関心を寄せているという実態が明らかになった。

一方、掃除を実践する企業の開始時期やきっかけとして最も多かったのが、「いつ頃から始まったのかは、調査出来なかった。自社社員が清掃することが、習慣、伝統となっており、特にきっかけというものは無い」に代表される回答である。「当り前のこと」として、掃除が習慣化、伝統化されていく大阪の中小企業が多いため、掃除のきっかけが不明な事例が浮かび上がってくる。

掃除の効用については、「職場の環境・公衆衛生・安全性が向上した」(67.1%)、「従業員のモチベーション・モラルが向上した」(44.2%)、「社風の確立、経営方針の定着、企業イメージの向上に役立った」(38.6%)、「作業・業務効率の向上およびコストの削減が実現した」(36.7%)などが上位を占めるが、効用として4つ以上の選択をした企業が実に106社にも及んでいる。つまり、掃除活動を継続する中から、各企業は様々な効用や気付きを体感して

いるものと推測できる。そして様々な効用を体感しているため、94.9%の企業が今後も掃除活動を継続すると回答している。一方で活動の継続に苦慮する企業からは、「当たり前のこととして定着させたが、日々の業務に追われ、余裕が無い」といった問題も示されている。さらに活動を導入していない企業からは「重要性は感じているが、取組みについてはまだまだ」などという意見が寄せられている。以上のように、活動が根付いた企業はもちろん、定着や実践ができていない企業も含めて、日々の企業活動を通じて、掃除の重要性を何かに肌で感じているようである。



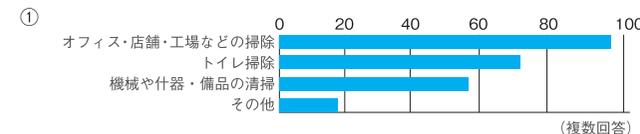
「清掃、整理・整頓、清潔」に関する意見としては、すでにそれらの活動がしっかりと根付いている企業からは、「経営における最重要ツールであり、経営基盤である」「企業経営というよりは、人間として当然の活動であり、自然に自発的に行なえる社員、社会でありたい」と思っている。一方で、企業全体の抱け所になさえていることへの意見が寄せられている。一方で活動の継続に苦慮する企業からは、「当たり前のこととして定着させたが、日々の業務に追われ、余裕が無い」といった問題も示されている。さらに活動を導入していない企業からは「重要性は感じているが、取組みについてはまだまだ」などという意見が寄せられている。以上のように、活動が根付いた企業はもちろん、定着や実践ができていない企業も含めて、日々の企業活動を通じて、掃除の重要性を何かに肌で感じているようである。

が向上した」という効用を明示した企業は実は1割ほど(10.1%)に過ぎない。それでも、現在主流の知識偏重型、米国型の経営手法に限界や違和感を抱き、日本的な手法を拠り所として探し求める日本企業が現在増えつつあるのではなかろうか。「(掃除は)全ての面において非常に重要であり、その状態は企業の状態と直結していると考えられる」「体を動かすことによって、頭の動きも健康的に活動するように感じる」という意見が示すように、かつて多くの日本企業が力を入れていた掃除が、またその掃除を通じて身体が教えてくれることを、厳しい経営環境にある今こそ大切にしたい。と云えそう

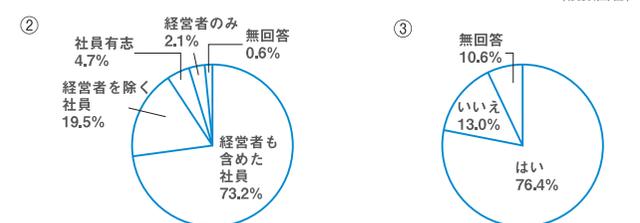
(5)「清掃活動の内容」(詳細)について

対象：(2)で「清掃は自社社員が行っている」「清掃は自社社員と外部委託で行っている」と回答した339社

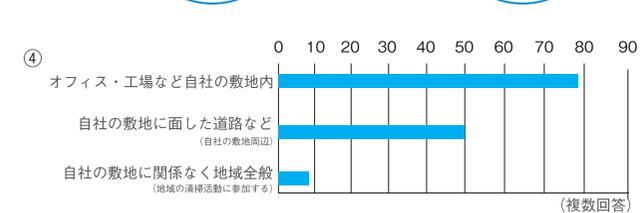
①「清掃する場所」についてはほぼ全て(97.6%)の企業が「オフィス・店舗・工場の清掃」と回答。また、「トイレ掃除」(71.7%)、「機械や什器・備品の清掃」(58.7%)の順となっている。



②「社内の誰が掃除をしているか?」については、7割強(73.2%)の企業が、「経営者も含めた社員」「経営者を除く社員」(19.5%)、「社員有志」(4.7%)、「経営者のみ」(2.1%)の順となっている。



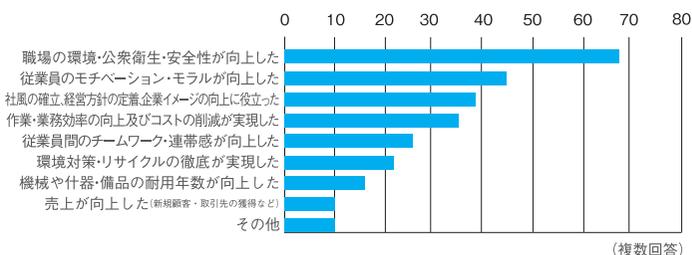
③「清掃は業務の一環として行っていますか」については、7割半ば(76.4%)の企業が「はい」と回答。



④「清掃を行う範囲」については、8割弱(78.8%)の企業が「オフィス・工場など自社の敷地内」と回答するとともに、ほぼ5割(49.9%)の企業が「自社の敷地に面した道路など(自社の敷地周辺)」も清掃すると回答。また「清掃活動などに参加して地域全般を掃除する」(8.8%)との回答があった。

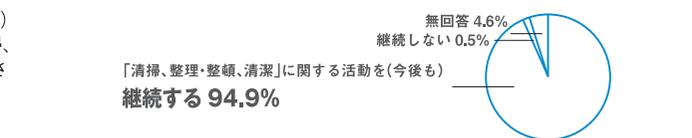
(6)「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の効果について

「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動の効果」については、「職場の環境・公衆衛生・安全性が向上した」(67.1%)が最も多く、「従業員のモチベーション・モラルが向上した」(44.2%)、「社風の確立、経営方針の定着、企業イメージの向上に役立った」(38.6%)、「作業・業務効率の向上およびコストの削減が実現した」(36.7%)と続く。一方、ほぼ1割(10.1%)の企業が「売上が向上した(新規顧客・取引先の獲得など)」と回答している。



(7)「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の継続について

9割半ば(94.9%)の企業が「(今後も)継続する」と回答。企業にとって、「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動が必要とされ、習慣化していることがうかがえる。



(8)「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動への意見について(自由記述)

- 「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動は、経営における最重要ツールである」や「社風や企業文化として確立させることで企業のイメージアップにつながっている」など、企業経営に結びついているとの回答や、「あたりまえのことである」との回答が多く見られた。
- また、「活動を通じて社員の価値観が共有化された」など、従業員間のチームワーク・連帯感、モラルが向上したとの回答や、「会社を清潔な状態に保つことによって、色々なことに気がつく」など、異常や問題、課題への「気づき」が生まれるとの回答も見られた。

日本一美しい会社を目指す！小さな一流企業

幸南食糧株式会社

【業種】米穀卸売
【住所】大阪府松原市三宅西5-7-51
【ホームページ】http://www.kohnan.co.jp



大阪府松原市にある米穀卸売会社の幸南食糧。職場を明るくする「おくさま印刷の運動」を全社一丸となって展開する。その一環として、取り組んでいるのが「日本美しい会社」を目指す活動。

日本一と目標は高いが、実際に行っているのは「112運動」だ。従業員が会社に出動して退社するまでに、1人が1日に2つのゴミを拾う運動のことである。

約100人の従業員に、ポケットに入る特製のビニール袋を配布。そこには、「112運動に私は参加しています。1人1日2個のゴミを、設置したゴミ箱に捨て、日本美しい会社づくりに貢献します」と印刷されている。



「ゴミゼロ運動は、日曜日ということで大人だけでなく家族の参加も目立つ。小学生の子も私たち、お父さんやお母さんと一緒にゴミ拾いを楽しむ。多いときは、スタッフ、お客様の家族合わせて30人以上になることも。」

キレイな工場は最高のセールスマン

株式会社山田製作所

【業種】製缶板金など
【住所】大阪府大東市新田中町2-4-1
【ホームページ】http://www.yamada-ss.co.jp/



「2つじゃなく10個にしたらもっとキレイになるのでは？」そうすると、「それがアカンのです。あまり高い目標を掲げて10個が出来ないと、最後にはゼロになってしまう」と。「誰でも出来ることを長く続けることが大事」とし、継続することを重視する。

こんなエピソードもある。同社社員がいつも会社でやっているように、営業先のゴミを拾って帰ったところ、その光景を見ていたお客様が感動。「こんな従業員がいる会社と、これからもうちと取引を続けたい」と言われたそうだ。掃除が、社員の人材育成と対外的な企業価値を高めている。

経営理念は「すべてはお客様の立場に立つて、小さな流企業を目指します」。全員参加経営を、経営方針に掲げる元気な会社だ。

「掃除で会社が良くなる？何を言っている。まずは仕事を取ってくることやろ」と猛反対。それでも、息子さんの説得で、3S活動をスタート。

「本社事務所周囲の掃除をしたところ、確実に社員の気持ちや行動が変わりましたね」と振り返る。現在も大阪府住吉区我孫子東1丁目目の本社ビルでは、毎朝8時半から週替わりで担当を決め、トイレから事務所内をキレイに掃除する。さらに、毎週火、金曜日は、本社ビルだけでなく、外へ出てビル周辺の道路を掃除する。

「掃除をすると、社員は心が磨かれ、繊細な行動ができ、謙虚になりました。感謝の気持ちも湧いてきます」と。掃除で磨いた社員が、ファッションのクリエイティブなセンスにも活かされ、会社を盛り上げる。ボーナス時には、募金用の「愛の壺」に社員が率先して寄付をする。これも掃除をすることで広がった社会貢献活動だ。

掃除をきっかけに、元気企業への躍進「社員一人ひとりの成長が会社の成長につながります」と、「喜んでもらう喜び」の社風が、不況に克つ経営を実現している。

「1日にざっと200以上のゴミが集まる素晴らしい仕組みはあるが、1日に2つのゴミはちょっと少ないようにも思える。」

川西修会長に質問した。「2つじゃなく10個にしたらもっとキレイになるのでは？」そうすると、「それがアカンのです。あまり高い目標を掲げて10個が出来ないと、最後にはゼロになってしまう」と。「誰でも出来ることを長く続けることが大事」とし、継続することを重視する。

こんなエピソードもある。同社社員がいつも会社でやっているように、営業先のゴミを拾って帰ったところ、その光景を見ていたお客様が感動。「こんな従業員がいる会社と、これからもうちと取引を続けたい」と言われたそうだ。掃除が、社員の人材育成と対外的な企業価値を高めている。

経営理念は「すべてはお客様の立場に立つて、小さな流企業を目指します」。全員参加経営を、経営方針に掲げる元気な会社だ。

使ったものを定位置に戻す、長く使っていないものは捨てる、などルールに基づいて整理、整頓する。10ヵ月には仕事を2週間止めて、もう一度天井から全てキレイにする「工場丸洗い」を実施最後の仕上げとして床に白のラインを描くと思わず全員が拍手、涙を流して喜んだ。

3S活動を通じて、歩留まりも向上し生産性がアップ。そして、社員の意識改革にもつながっている。

部品加工を発注するため、取引先が工場見学にお越しになる。様々な治具や工具類が定位置に整理整頓された工場を見て、「こんなキレイな工場の製品は間違いない」と工場訪問者は100%発注してくれているという。

現在は、長男の山田茂さんが社長を継いでいるが「キレイな工場は最高のセールスマン」と、掃除が営業につながっていることを強調する。国内だけでなく海外からも多くの経営者が工場見学に訪れ、同社は関西の3S活動のモデル工場になっている。

元気企業！

掃除で輝く

お客様と一緒に掃除！感動と出逢いの車屋さん

有限会社グランドスタイル

【業種】自動車整備、中古車販売
【住所】大阪府摂津市鳥飼本町1-3-9
【ホームページ】http://www.grandstyle.jp



グランドスタイルは、「感動と出逢いの車屋さん」をキャッチフレーズとしてお客様に感動のサービスを提供する。スタッフ、お客様の全てをファミリーとし、日本あつたかい会社」に挑戦している。

その一環として、毎週日曜日にお客様と一緒にゴミゼロ運動を行う。午前9時から摂津市にある自社の自動車整備工場を中心に約200メートルの範囲、バス停の周りを重点的に掃除する。

「当初はスタッフ4人だけでしたが、掃除をしている姿を見てお客様も参加したいと、活動に協力して下さるようになりまして」と山本直樹社長。バス停付近を掃除していると、お客様からパンの差し入れが届くこともあるという。

「ゴミゼロ運動は、日曜日ということで大人だけでなく家族の参加も目立つ。小学生の子も私たち、お父さんやお母さんと一緒にゴミ拾いを楽しむ。多いときは、スタッフ、お客様の家族合わせて30人以上になることも。」

お客様との家族的な付き合いを大事にする同社は、パーベキュー、花見など年間約10回のイベントを開催し、お客様を招待する。その際も、朝はみんなでゴミゼロ運動に参加し、掃除をしてからイベントがスタートする。

「ゴミゼロ運動に参加して「子どもがかわつてくれるようになりまして」と、ご両親に喜んでもらっています」とも。掃除を通してお客様との絆がさらに深まり、お客様から新規顧客の紹介につながるケースも多い。

20歳代と若いスタッフは、お客様と一緒に掃除活動することでもモチベーションがアップし、仕事への取り組み姿勢も良くなったという。お客様の結婚式に招待されることもあり、家族ぐるみのお付き合いをしています。ゴミゼロ運動を通じてお客様との太いパイプを築いている。



掃除で磨くファッション、社員の心

光世株式会社

【業種】婦人服企画、製造販売
【住所】大阪府住吉区我孫子東1-10-4
【ホームページ】http://www.kose-k.co.jp/

大阪府住吉区の地下鉄我孫子駅近くの歩道。毎週火曜日、金曜日は朝の8時15分から、ホウキ、チトリを持って掃除をする集団がある。レディースアパレルメーカー光世のスタッフ約40人だ。

厳しいファッション業界で勝ち抜くエネルギーのひとつに、全社員で取り組む掃除のパワーがある。

平成21年に創業50年を迎えた「会社の前半は縫製業を中心にし、後半の25年はアパレルメーカーとして事業を進めてきました」と藤井康秀社長。過去10年以上ずっと黒字経営。ここ2、3年も増収増益だ。

その元気経営の秘密は、人気オリジナルブランドに加え、社員一人ひとりの元気、やる気、感動、感謝の気持ちにある。

「会社を木に喩えると、幹の部分が社員の気持ち、枝葉がブランド・ファッション戦略です。幹がしっかりしていることが大事」と、花田吉信会長。幹である社員の気持ちを、どうしっかりとさせていくか？そのきっかけになったのが、平成5年から始めた掃除活動だった。

「本社事務所周囲の掃除をしたところ、確実に社員の気持ちや行動が変わりましたね」と振り返る。現在も大阪府住吉区我孫子東1丁目目の本社ビルでは、毎朝8時半から週替わりで担当を決め、トイレから事務所内をキレイに掃除する。さらに、毎週火、金曜日は、本社ビルだけでなく、外へ出てビル周辺の道路を掃除する。

「掃除をすると、社員は心が磨かれ、繊細な行動ができ、謙虚になりました。感謝の気持ちも湧いてきます」と。掃除で磨いた社員が、ファッションのクリエイティブなセンスにも活かされ、会社を盛り上げる。ボーナス時には、募金用の「愛の壺」に社員が率先して寄付をする。これも掃除をすることで広がった社会貢献活動だ。

掃除をきっかけに、元気企業への躍進「社員一人ひとりの成長が会社の成長につながります」と、「喜んでもらう喜び」の社風が、不況に克つ経営を実現している。

世界に通用する日本の「おもてなし」

～中国大手流通業「大商集団」幹部が大阪で研修～

大阪商工会議所は、2011年10月の中国大手流通業「大商集団」(本社/中国遼寧省・大連)幹部11名の来阪に併せ、在阪百貨店での接遇研修を企画実施した。

一行は、3日間にわたり、京阪百貨店・守口店、大丸・梅田店、近鉄百貨店・阿倍野店にて、講義とロールプレイングなどを交えた接遇対応(「おもてなし」研修を受講した)。

研修後、実施したアンケート調査では、「店員の接客応対全般」につき、11人全員が「非常に良い(5人)、良い(6人)」との印象を持った他、店

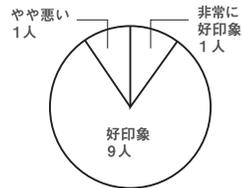
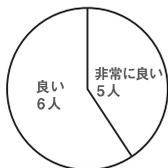
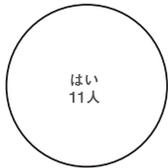


舗内やトイレの清掃についても、全員が「行き届いていた」と回答するなど日本独自の「おもてなし」に感銘を受けた様子。「絶えず改善を行い、細部に至るまで管理を徹底している」「売り場従業員のサービス意識及びサービスマナーが高い水準に達している」など、日本の「おもてなし」を高く評価するとともに、「自店の経営にも活かしたい」とする意見も多数あり、「日本品質」のサービスは世界に通用することは間違いなさであろう。

【アンケート結果(抜粋)】

日本の百貨店・商業施設の...

- 店舗内やトイレの清掃は行き届いていましたか?
- 店員接客応対全般について
- 店員の礼儀について
- 店員の身だしなみについて



【研修概要】

- 日程：2011年10月16日(日)～10月22日(土)
- 訪問先：
 - 10月19日(水)：①大阪商工会議所 表敬訪問 ②京阪百貨店・守口店にて研修
 - 10月20日(木)：③大丸・梅田店にて研修
 - 10月21日(金)：④近鉄百貨店・阿倍野店にて研修
- ※10月16日～18日は東京(池袋、新宿、銀座など)の百貨店を自由見学など。22日に帰国。
- メンバー：
 - 王大明(本社 集団人力資源本部 副総経理)団長以下、大型ショッピングセンター店長など、中堅幹部11名。
- 4.「大商集団」企業概要：
 - 1995年設立。本社は遼寧省・大連。中国各地に、百貨店、スーパー、電器店などを展開する小売グループ企業。従業員22万人、2010年の売上高は861億元(約1兆300億円)。
 - 中国トップ500企業中、86位にランクされる中国の大手流通グループ。
 - 百貨店、スーパー、電器店の経営を主に行っている。

業務改善へホワイトカラーの5S活動

ユーザックシステム株式会社

【業種】 ソフトウェア受託開発・販売
 【住所】 大阪市中央区瓦町 1-6-10 J Pビル3階
 【ホームページ】 <http://www.usknet.com/>

大阪市中央区、堺筋沿いのビジネスビルに入居するシステム開発会社のユーザックシステム。工場中心の3S、5S活動が目立つなか、ホワイトカラーの5S活動として全国から注目されている。

2000年8月から5S活動をスタート。「以前は机の上はまさに、万里の長城。書類が山のように積み上げられていました」と、佐倉和雄取締役管理本部長は振り返る。書類を探索するのは苦勞の状況だった。

大阪と東京の社員約100人が参加し、15の小集団サークルに分かれて、掃除など5S活動を推進。月水金の午前9時から約15分間掃除タイムとして、自分の机の上や決められたエリアを全員で掃除する。

システム開発会社らしく、5S活動を「ハードウェア(モノの維持管理)」と「ソフトウェア(業務改善、業績アップ)の両面で展開するのが特色。事務用品の無駄がなくなるほか、社員の「気づき」にもつながる。「掃除や整理整頓をやる、気づきの感性が醸成され、指示待ち社員ではなく、自ら動く社員になりました」との効果が。



さらに、5S活動を生産性向上に結びつける努力も行う。勤務時間内で月間約15時間を5S活動に当てることにより、年率10%の生産性アップを目指している。

「各サークルはただ取り組むだけでなく、それぞれの成果を数字で表すことで、やる気が違ってきました」と、見える化を推進。こうした取り組みを昨年、日本インダストリアルエンジニアリング協会主催「全国生き生き5S活動発表大会」で発表した。5S活動の徹底で、社員の気づきや感性を高め、不況克服のエネルギーとしている。



掃除は「経営の神様」 ～不況克服のパワーに!～

日本一明るい経済新聞 編集長 竹原 信夫

元気な会社の共通点は「キレイ」

年間約500社の中小企業取材し、そこで気づいたことがある。それは、元気な会社を訪問すると、事務所がキレイ、工場がキレイという共通点があった。

3S、5S活動を組織的に実践する会社も多い。だが、以前に訪れたどカビカの町工場の社長さんは、「3S」という言葉を「存知なかった。ただのキレイ好きです」と、1日に4～5回も掃除タイムを設けておられた。中には、「トイレ掃除が趣味」と言う社長さんもいる。そんな会社はなぜか、みなさん活力あふれる経営をされている。

「掃除と経営」どんな関係があるの?と、掃除を軽く見ている経営者さんも少なくない。実際、マスコミ関係者も「掃除で会社が元気になるのですか?」と冷やかか、欧米のカタカナ経営学と違って、掃除はなかなか正面から取り上げてもらえない。掃除をすると、キレイになり気持ちが良くなる。汚したらアカンと、大事にモノを扱うようになる。そんな気持ちが芽生えてくる。

「社員の心が磨かれ人間力を養うことになる」と、掃除を実践されている経営者さんは指摘する。

掃除で気づき 新発想が生まれる

掃除をすることで、時間に追われた日常の業務から少し離れたものの見方ができるというメリットもある。掃除をしながら、頭の中で長期的な発想、気づき、新しいアイデアが浮かんでくることも多い。「モノを考える力がつく」と、掃除の効用をあげる経営者さんもいる。

リーマンショック後、デフレ、円高、震災と中小企業を取り巻く経営環境は一段と厳しくなっている。生き残りをかけて、経営者さんはコストダウン、経営革新に取り組んでいる。

「やるべきことは全てやっていた。もうこれ以上は...」と、嘆かれる社長さんは少なくない。ぜひ、掃除を思い出し、やってほしい。掃除をきっちりやっていると、会社はみんな元気だ。掃除は、不況を克服するひとつの経営手法と言っても、良いのではないかな。アカン、アカンという前に掃除をしましょう。ホクは、掃除は「経営の神様」だと思っている。