

サマンサジャパン株式会社



代表取締役社長 守政 和浩 氏

会社概要

周南市河東町 2-36

TEL 0834-32-1188

[http:// www. samansa. co. jp/](http://www.samansa.co.jp/)

- 設立 1957年
- 資本金 7,000万円
- 従業員 2,443名(パート含)(2014.2末)
- 事業内容 業務請負業

(ビルメンテナンス、住宅リフォーム、
設備管理・工事、警備、試食販売)

☆「総合おもてなし企業」へ！ 人は財、教育は命

～事業内容について～

当社は清掃、警備をベースにしたビルメンテナンス業が出発でした。

当時はどちらかと言えば、清掃や警備業務はシルバー産業といったイメージが強かったこともあり、業務規模を拡大していくにつれて、慢性的な人手不足に悩まされることとなりました。

そこで発想の転換、若い主婦をターゲットに募集を行うことにしたのです。家事や子育てで日々忙しい中でも、例えば短い時間なら一週間のうち何日かは働けるし、働きたいと思っている潜在的な層ではないかと考えたのです。

数多くのヤングミセスを集め、それぞれが働きたいという時間帯をパッチワークのように上手に当てはめるといいうやり方と、新しい清掃システムを構築することで、大きな転換を果たすことができました。1996年に、「奥さまは魔女」の主演サマンサからネーミングした現社名に変更しました。以来、『魅せる』領域まで高めたサービスが高評価をいただき、病院でのコンシェルジュ業務や電話交換、量販店でのインフォメーションや試食販売、更には住宅リフォームなど、あらゆる業種・業態のお客様の接点を担う「総合おもてなし企業」への挑戦を続けているところです。

～人材育成・確保について～

当社はいわゆる労働集約型の企業であり、人が財産です。全ての社員の人間力が言わば商品なのです。商品の質が上がれば、会社全体の質もアップします。従って「人づくり教育」を重要視するわけです。

具体的な教育内容をご紹介しますと、当社では研修は「理念教育」「技術教育」「礼儀教育」を三本柱として実施しています。「理念教育」は、正社員はもちろん、現場を支えてくれるパート社員にも同様に行います。

「理念教育」は、募集説明会や事業開始の現場の研修に私が足を運び、当社の理念を説明するところから始まります。会社が何を考え、何をしたいのかという『経営理念』を伝えるのですが、それには「何のために働くのか」という事をもう一度考えてもらうことから入ります。そうすることで、お金のためだけでなく、人から感謝されることや人から必要とされることが、仕事を通じて得られる幸せだと意識してもらえます。そして、会社はそれを共感してくれる仲間を必要としていると。実は、みんな分かっていることなのですが、言葉として認識できていないことが多いのです。心と言葉が一致し、意識することができるようになれば、取るべき行動が明確になります。それが我が社の素地となり、人づくりの最も重要な基盤と考えています。その上で、“業務を通じてお客様の繁栄と幸福を追求する”という『企業理念』を説明します。

『企業理念』は覚えるだけでは具体的な行動にはつながりません。お客様の繁栄のために一生懸命励めば、巡り巡って自分たちが豊かになるということまでも示してあげることが肝心だと考えています。例えば、初任者研修では、上場企業と非上場企業の利益の使い方が違うことや、生涯賃金や財務指標といったものまで説明し、会社が考えていることを知ってもらい、自分たちが何をしなくてはならないかを理解してもらいます。

また当社の人づくり教育では「親孝行」を取り入れています。毎年12月を親孝行月間と定め、全社員が親孝行を行い、その報告書を提出させています。その中から感動的なものを選んで、冊子の作成をしています。更に毎月、「指定図書」か「推薦図書」を選定し、「指定図書」は正社員に感想文の提出を義務づけています。社会人には報告書はつきものですから、書く力も鍛えるのが目的です。提出してもらうからには、全てに目を通して、必ず赤ペンで返信をします。一方通行ではなく、思いを共有したいのです。

タイムリーに報告が上がってくるようにするために、Eメールによる「週報」を上げさせています。対象者は正社員の70名ほど。当初はなかなか全員から揃って提出とならなかったのですが、すべてに目を通して必ず返信すること続けるうちに、全員提出が定着しました。関心を持って見てやることの大切さだと思います。問題点などを知らせてもらうことで、迅速に対応出来ますし、お互いの距離感も近くなったと感じています。

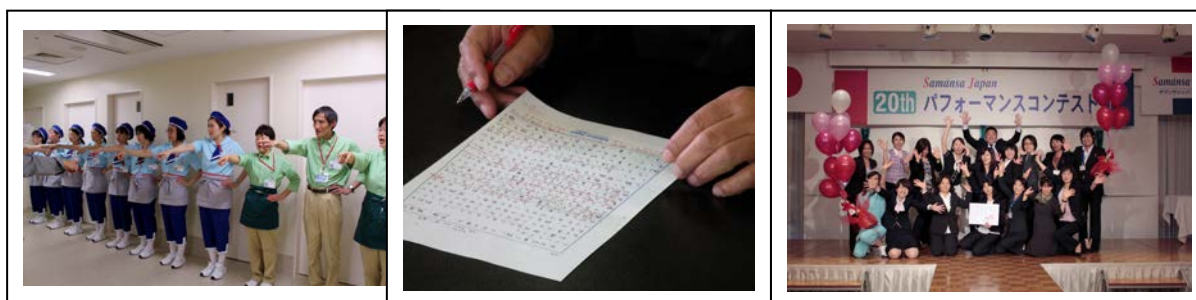
当社の人づくり教育は、正社員とパート社員の区別なく同じように行います。何故ここまでパート社員教育にも注力するのか、とよく尋ねられます。その理由は、現場で実際にお客様と接するのがパート社員だからです。そして現場のパート社員がまさに「広

告塔」であり、営業活動も兼ねてくれているのです。現場の知恵を結集することにより、商品と付加価値の両方からなる「売り物」の品質を向上させることができ、会社も発展します。最終的にみんなにも戻ってくるのが分かっているから、パート社員もここまで本気になってくれるのです。

最も象徴的な取り組みが、SQC（サマンサ・クオリティ・コントロール）活動です。原則として職場内でチームを編成し、改善活動を行い、お客様満足を向上させることを目指しています。年に二つのテーマに取り組むことを目標にしており、今年度は延べ136チームの活動がありました。毎年多くの優良事例が出てくるので、それを水平展開することを目的として、営業所、東西ブロック、全社での発表会を開催します。また活動内容は社外でも評価され、2011年度QCサークル石川馨賞を受賞しました。しかし、SQCへの取り組みも初めから順調だったわけではありません。サービス業の数値化は非常に難しいからです。またこれだけ盛んに活動していても、楽しんで取り組んでいる社員ばかりではないと思います。ですが、一方で必要性を感じるから取り組んでくれていると思います。

～今後の事業展望について～

いかに「売り物」を磨いていくか、に尽きると思っています。つまり、当社が持っている商品・技術と、それを取り巻く付加価値・サービスを含めた「売り物」への評価をどう高めていくかです。世の中には「高いけど売れているもの」があります。それは、購入者にとって、「この品質やサービスでこの値段なら安い」というものです。当社は、①経営理念、企業理念の共有、②人づくり教育の実施、③サマンサ流QC（SQC）の実施、④ISOによる品質管理を更に向上させることで、「売り物」の質を高めて、「この品質やサービスでこの値段なら安い」と言われる商品を目指していきます。



☆関連施策☆

- ・おもてなし経営企業選
(経済産業省)