

『理念と経営』社内勉強会 導入事例集

あなたの「一念」が 会社を変える!!



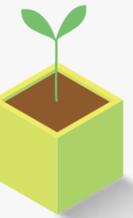
学びたい、やる、楽しむ!

中小企業で働くビジネスパーソンのための教科書

人に光を当てる 理念の実現

必ず 業績UP につながる!

職場がもっと好きになる!



小説家を夢みる十五歳の少年。
父の借金返済のため、寿司屋の丁稚奉公として働く。仕事の合間をぬっては、読書、又、読書。
「寿司屋に勉強はいらんねや」と、本を何度も破り捨てられた。
しかし、決して読書をやめることはなかった。
『理念と経営』の創刊には、そんな夢みる少年の魂があるのです。
私はあきらめたことがない! と、その年老いた目に涙が浮かぶ。
目に涙がなければ魂に虹は見えない。



こんな経営誌が欲しかった!
理想の会社を創るために、信念をカタチにするために、闘い続ける中小企業の物語がここに!
仕事を通して人は成長する!
中小企業の教科書として、働くすべての人々のために魂を運びます!

中小企業にとって、今すぐにでも着手できる差別化戦略があります。それが「ありがとう経営」です。「ありがとう経営」は中小企業にとっての差別化戦略のひとつであり、ひいてはコア・コンピタンス経営につながるものです。「ありがとう経営」の根幹をなすものは正に人財です。人材から人財への育成なくして「ありがとう経営」もコア・コンピタンスを生み出すこともできません。「ありがとう経営を実践し」、コア・コンピタンスを育て、差別化商品、技術、サービスを提供するのは全て人財によるものです。企業価値を上げるためには、経営感覚を持った人財育成が急務であり、その為のツールとして「理念と経営」があります。



皆さんの職場でもいかがですか? /

業績UP企業続出! 「理念と経営」社内勉強会

社内勉強会って?

「理念と経営」社内勉強会とは、月刊『理念と経営』をテキストにした社内で行なう勉強会のことです。

社内勉強会開催による『10の効果』

- 1 コミュニケーションが活発になる
- 2 視野の広い見方、考え方ができるようになる
- 3 経営的視点で考えるようになる
- 4 社長の考えを理解できるようになる
- 5 経営理念が浸透していく
- 6 熱意を持って仕事に取り組むようになる
- 7 お客様の事を考えて行動する人材が育つ
- 8 お客様の満足度が高まり、リピーターが増える
- 9 社風がとてもしっかりする
- 10 組織への貢献意識が高まり、業績が上がる

社内勉強会にご興味・お悩みのある方はお気軽にご相談ください。

「理念と経営」社内勉強会事務局
株式会社コスモ教育出版 〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町2-42-9 浜町中央ビル5F
TEL 0120-519-114 FAX 0120-122-754
<http://www.rinen-mg.co.jp/>



ありがとう経営の10ヶ条

- 1: お客様から「心からのありがとう」を言われている。
- 2: 上司・部下・同僚からお互いに「心からありがとう」を言い合っている。
- 3: 社員さんの定着が良く、組織へのロイヤリティが高い。
- 4: 絶えずイノベーションをして商品、サービス、技術の差別化ができています。
- 5: 社員さんが自主的に改善提案をしている。
- 6: 社員さんが理念・ビジョン達成に向け自主的に行動している。
- 7: 社長・幹部・現場の力が三位一体となっている。
- 8: 商品や会社に対し、お客様から大きな期待をされている。
- 9: お客様の数が増え、売上がアップし増益している。
- 10: 安定的で継続的な適正利益をあげている。

Index

福岡県	有限会社ゼムケンサービス	1
	一般建設業	
佐賀県	株式会社コース・コーポレーション	5
	教育サービス業	
兵庫県	株式会社ヤマゲン風見鶏本舗	7
	観光土産菓子販売	
大阪府	株式会社アン	9
	美容業	
滋賀県	株式会社シガウッド	11
	製造業(建築用木製組立材料製造、木製パレット製造)	
愛知県	株式会社ウイナー美容室	15
	美容業	
神奈川県	株式会社山路フードシステム	19
	食品製造並びに販売(給食弁当製造販売)	
埼玉県	株式会社ミヤザキ	21
	製造業(精密樹脂加工)	
青森県	株式会社ムジコ・クリエイト	23
	自動車教習所業(サービス業)	
北海道	株式会社金剛園	27
	飲食業	

女性が活躍する舞台を創り、学びを通して ありがとう経営を実践されている事例

一般建設業

福岡県 有限会社ゼムケンサービス

企業紹介 創業は1993年。北九州市を拠点に住宅や店舗の設計・デザイン・施工をてがける建築事務所。代表の籠田淳子は、大工の娘として北九州市に生まれる。母親、女性、一級建築士としてワークライフバランスを実践。多様な人材がワークライフバランスで業績を上げるため、環境整備と社員教育に取組む。男性が多数を占める建設業界で弱みとされてきた女性をワークライフバランスと女性視点の空間づくりで「強み」に転換させたことや「JKDT女性建築デザインチームによるまちづくり」などが評価され2013年、業界では初となる内閣府「女性のチャレンジ賞」を受賞、建設業界のジャンヌ・ダルクと呼ばれる。北九州市ワークライフバランス表彰市長賞を2回受賞(個人・企業)。平成25年度経済産業省「ダイバーシティ経営企業100選」、平成27年第1回内閣府「女性が輝く先進企業」表彰を受賞。「女性が輝く先進企業」表彰を受賞。3年連続国家表彰受賞、総理官邸にも3度招待された。

代表者 籠田 淳子 導入時期 2006年1月
社員数 9名



ワークライフバランスの実践によって、 相互に助け合う“おたがいさま”の 企業風土が生まれた

『理念と経営』社内勉強会を導入して気づいたこと や学んだことをお聞かせください。

社内勉強会を10年間続けて感じていることは大きく6つです。

- ①言葉とビジュアルで共通体験・共通認識ができる
- ②意思決定の場で発言できる女性・男性の人財が育つ
- ③社内会議でマーケティングができる
- ④社員の気づきによる商品・サービスのイノベーション
- ⑤粗利の増加・増益経営
- ⑥私らしく・あなたらしく自分ならではの経営、全社経営・ありがとう経営につながった。

そして社内勉強会の効果は大きく3つです。

- ①働く意味や価値に気づくこと。
- ②視点が変わること。
 - ・聞く、語ることで気づく力をつける
 - ・新人さんから経営者まで様々な意見交換ができる
 - ・わからないことを相談できる
- ③内発的モチベーションが向上すること。
 - ・自己実現能力の向上
 - ・働くことに自分で意味や価値を見いだせる
 - ・自ら幸せになる能力の向上(達成感、成長感、有能感…)

『理念と経営』社内勉強会導入当時、社内や社員 さんの反応はいかがでしたか。

社内勉強会導入から1年後の社員さんの反応は、

- ▲仕事をしにきているのに…
こんなことをしている時間はない!
- ▲あの人と一緒にやりたくない。
- ▲私なんか、何も言えない…という声が聞こえてきました。
そこで決断しました。
社内勉強会を、とにかく月1回45分継続する!!と。



『理念と経営』社内勉強会を導入いただいて、会社 に起きた変化を教えてください。

2007年、月刊『理念と経営』の学びを活かし、設計コンペに入賞しました。(株式会社不動産中央情報センター)これが、社内勉強会を導入してからの変化の一つです。記事の事例から経営を学ぶことで、お客様のオモイをカタチにできる空間に表われた、理念・ビジネスモデルをたくさん学びました。2009年、実母であるゼムケンサービス創業者(当時会長)が亡くなり、2011年には専務(工事責任者/籠田代表の夫)が亡くなりました。トップが会社にい

られない状況でしたが、この社内勉強会を続けてきたおかげもあり、チームで乗り切ることができました。「マーケティング力=ワークライフバランス実現を建設業に」で女性がめざめ、「立派な人間が立派な建築をつくる」という考えが浸透しました。

また、社内勉強会の学びを活かし、女性力・生活視点で建設業界の3つのイノベーションを起こしたと考えています。

- ①女性ならではの経営。
- ②売上は完成工事高 プラス設計デザインへ。
- ③全社経営・チームビルディング。

導入するうえで、苦勞されたことはありましたか？ それはどのように乗り越えましたか？

「千里の道も一歩から」我が社ではワークライフバランスを「各自の仕事と生活の相乗効果として経営に独自性と高付加価値をつくること」としています。ワークライフバランスの実践によって、相互に助け合う“おたがいさま”の企業風土が生まれ、チームで仕事をするのは質の向上にもつながりました。

ワークライフバランスで最初に実施したことは小さなことからでした。お昼休みを2時間とって一緒にご飯をつくる

など、家族の延長線上にあるような雰囲気です。その中で、通常は言いにくい、女性としての体調のことや家族のことなど、何でも話せる空気をつくりあげ、くじけそうになった女性社員にも相談にのり、籠田代表自身が自らの体験を話して「人生経験、家族への愛、生活力が、建築の仕事に生きるんだよ。立派な人間が立派な建築をつくり出すんだよ」と伝え続けました。そうすることによって、大家族のような社風づくりにつながり、スタッフがチームで仕事をし、相互に助け合う“おたがいさま”の企業風土が生まれました。

「理念と経営」社内勉強会を開催するにあたり工夫されていることは何ですか？

他社との合同勉強会を毎月1回、午前11時より1時間開催しています。

〈勉強会初参加の方の声〉

・ハゼト建設入社11年目のベテラン女性社員さん

「今まで社内コミュニケーションは仕事のことばかり。皆がどんな考え方・状況なのか知らないことに気づいた」

・ハゼト建設入社1年目の外国人女性社員さん

「経営理念と自分は遠いことで関係ないと思っていたけれど小さなことも理念につながっているのだとわかった。」



我が社の月刊『理念と経営』の社内勉強会のすすめ方にはルールがあります。

●参加者のルール

- ① 何を言ってもOK・安心安全な場づくり
- ② どんな立場で発表してもよい
- ③ 役職・年齢関係なし
- ④ 個々の下準備必須
- ⑤ リーダーは話のポイントを掴み、褒める or 質問する

●リーダー(司会者)の心得

- ① 時間を守る
- ② 平等に発言する機会づくり
- ③ 発言しやすい場づくり
- ④ 思いやりの気持ち、探究心、意見の統合
- ⑤ リーダー自らが一番に学ぶ気持ちをもつ
- ⑥ 参加して良かったというお土産をつくる

御社における人材育成の位置づけや、それにかける念いを教えてください。

職種・役職にかかわらず、全社員に経営理念を浸透させる取組みを行っており、それらは全て社員の行動変革につながっています。経営理念の「オモイをカタチに 建築は統合芸術」は、女性視点の空間づくり、女性力の活用に帰結されています。主な取組みは3つです。

- ① 朝礼での唱和と各々の言葉による理解の共有
- ② 社員手帳(ゼムケン手帳)の活用による経営理念の浸透と実践
- ③ 経営理念の実現のための社内勉強会、研修参加等の人材育成

・朝礼は毎朝9時15分からです。「はい」の練習から始まり、経営理念・ビジョンの唱和、物件の進捗確認、業務連絡など約15分です。理念唱和の後、進行役が「理念をブランディングの観点からお話ください」と続け、社員一人ひとりが理念をどのように捉え、どう業務に活かしているのかを語り、各々の言葉による理解の共有を行なっています。

・経営理念の実現のための人材育成は多岐に渡ります。社内の勉強会は、『理念と経営』社内勉強会、設計勉強会、デザイン塾、フィードバック講座の他、ブランディング勉強会を行ない、建築設計の事業領域を拡げています。研修はOJTのみならず、OFF-JTにもかなりの力が注がれています。

背景には、「女性力活用」には理念の浸透が不可欠という考え方があります。チームの共通アイテムである

Zmken手帳は理念の浸透に多大な貢献がありました。2005年のゼムケン赤本から始まったゼムケン手帳ですが、丸10年が経過した2016年はゼムケンノートに変革し、100年企業への挑戦として、企業の人材育成の基盤となるロールモデルを構築することになりました。コンセプトは、「企業人として日常生活の喜びと生きがいをつくるあなたのノート」です。我が社は、これですらにワー



クラライフバランスを実践します。建設業界は、今でも女性禁制の考え方が根強く残る男性多数の業界です。こうした中で、家事や子育てを担い、時間的な制約のある女性が活躍出来る舞台を創る上のポイントは、ワークシェアリングですが、課題は経営理念の浸透でした。8年前、主婦パートの一級建築士とインテリアコーディネーターの資格を持つ女性を採用し、いち早くワークシェアリング、ワークライフバランスを取り入れました。「女性ならではの経営」で、ワークシェアリング、ワークライフバランスを明確に打ち出し、様々な方策を実施。現在は社員9名のうち6名が女性です。

社内勉強会による経営理念の浸透によって帰結されたのは、**女性視点の空間づくり、女性力の活用に対する社員の行動変革**です。私たちの仕事、建築は、お客様の未来の夢を聴き、お客様が夢見る幸せをカタチにしていける仕事であり、お客様の人生の中で、一番大きなお金をかけるとても大切な仕事です。お客様にとって最も素晴らしいデザインというものは、お客様が発する言葉だけでなく、お客様の表情や言葉にされないものの中からも生まれてきます。これが実践できるのも「オモイをカタチに 建築は統合芸術」に対する各々の理解があるからです。

月刊『理念と経営』の良いところはどんなところですか？

- ・経営理念の浸透、実現には不可欠です。
- ・「全社経営」「ありがとう経営」につながります。
- ・中小企業で働くビジネスパーソンにの教科書です。

〈行動変革のエピソード〉

(1) 業務改善

最も重要なのが、お客様の第一声をもらさないようにすることです。そのためには、打ち合わせが始まるとすぐにメモに書きとめられるようスタンバイをすること。その場にいられたお客様の服装や持ち物を含めて客観的にまとめること。それを自分の言葉や主観的なことではなく、あるがままに書いてくること。それを全社で共有し、お客様のオモイをみんなが一人ひとり違う感性で掴み深堀をすること。それらによってお客様のオモイをカタチにするコンセプトデザインが出来るようになりました。

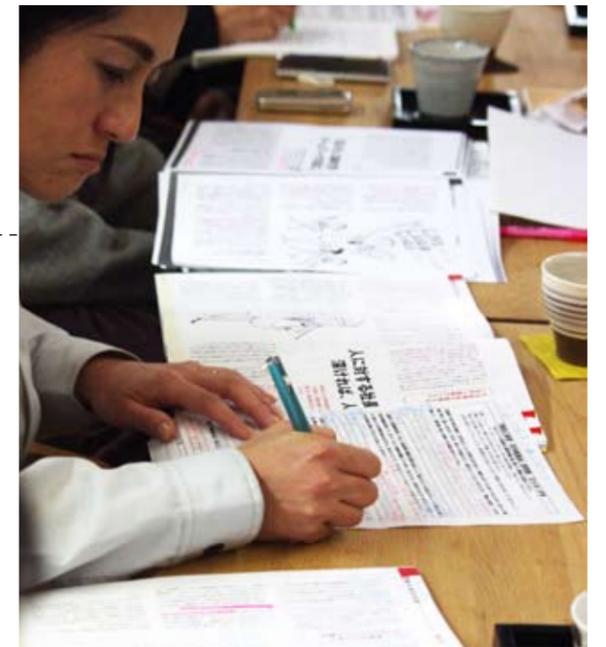
(2) 自己創造と実現

朝礼や報告・連絡・相談では、コーチング型の質問をされることで、言葉が引き出されます。それをみんなが承認し拍手されることで、発表発言の価値が生まれてきます。

(3) 社会へ目が向き、未来をつくっていくまちづくりへの挑戦
ボランティア活動やPTAや合唱やラボなど、社会的活動にも積極的に参加、自分の意見を言い、協働の自発性につながりました。

(4) 自社の業務を超えたまちづくりへのリーダーシップ
公益事業を企画し、社員のチームワークでまちの価値を再構築する挑戦が生まれました。

(5) 社員が辞めずに続けて働くことに協力し合う
経営者だけでなく、みんなが理念体系を日常生活で実践し、信念を確かめ合っています。時に、「このビジョンは私が実現する。みんなとならできる」という言葉も聞かれます。



社内のコミュニケーション活性化に繋がった事例

教育サービス業

佐賀県 株式会社ケース・コーポレーション

企業紹介 「個別指導 明光義塾」のフランチャイジーとして、佐賀県を中心に長崎・大分・宮崎・福岡で教室を展開。九州のフランチャイジーとしては最大規模。子どもたちに勉強を通じて学力の向上とともに「夢見る力 生き抜く力 感謝する力」を育む教育を目指しています。

代表者 島ノ江 利継 導入時期 2006年4月
社員数 45名



普段一緒に働く機会が少ない社員同士のコミュニケーションが活発になり、社内全体での相乗効果が出せるようになりました。

月刊『理念と経営』を知った経緯を教えてください。また、『理念と経営』社内勉強会の導入を決めた目的は何でしたか？

株式会社日本創造教育研究所の研修をよく利用しておりますので、研修を通じて月刊『理念と経営』を知りました。導入する以前は離職率が高く、社内に理念の浸透がなされている状態ではありませんでした。そんな状況を

危惧した代表の島ノ江が月刊『理念と経営』の社内勉強会を通じて、理念の浸透と経営感覚を持った人材への成長を目指し導入を決めました。勉強会の目的は、経営理念が浸透することによって業績を上げ、お客様に喜んで頂ける会社になることです。組織としての力をつけていくために、縦のつながりだけでなく、横のつながりも強化していき**相乗効果を出せる会社**として成長していくことも目的の一つです。

『理念と経営』社内勉強会を導入して気づいたことや学んだことは何ですか？

同じテーマで話をするのでお互いの価値観を共有でき、社員一人ひとりの考えや思っていることを知ることができるようになりました。また、月刊『理念と経営』の記事には、

経営者の話や他社の事例などが多く掲載されており、様々な立場の方や職場のことを知ることで**自分自身の仕事への念いや取り組み方を見直す機会**になっています。同じ会社の仲間と社内勉強会をすることで、お互いのことを知る機会にもなっており、仕事のコミュニケーションが取りやすくなりました。

『理念と経営』社内勉強会導入時の御社の課題には、どのようなものがありましたか？

退職者が多く、会社の理念の浸透を新たにやっていかないといいけない状態でした。また、会社というよりも部署ごと

で小さくまとまって仕事をしており、相乗効果を出しにくい状況でした。我が社は社員一人ひとりが同じフロアで働くような形態ではなく、各教室に一人ずつその教室の責任者として勤務する形態なので、顔を合わせてコミュニケーションを取れる回数には**限度がありました**。

『理念と経営』社内勉強会を導入して、会社に変化した変化はありますか？

社員は通常、1つの教室に教室長として勤務しておりますので、毎日のように顔を合わせて仕事をする訳ではありません。週に1度は会議がありますが方針や業務の確認が中心で、社員同士で理念の話をする機会も少なかった

です。社内勉強会を導入してからは月に1度、全員で同じ設問について考え意見を発表し合うことによって、価値観をすり合わせていくことができるようになりました。また、エリアや部署・職種を越えてグループ編成をしていることもあり、普段一緒に働く機会が少ない社員同士との話をする場ができ、**社内での横のつながりが増え**、今まで以上に仕事のコミュニケーションが取りやすくなりました。

『理念と経営』社内勉強会導入の成功要因は何ですか？

毎月社内勉強会をする日程を固定化(毎月第3水曜日)させたことは継続できているポイントだと思います。また、社

内勉強会の委員会を立ち上げ、委員会が中心となって事前にリーダー勉強会を実施したり、グループ編成を定期的に変えたりすることで、設問に対してより深く考えることも多くなり、また色々な人から学ぶことができていることも成功要因の1つです。

苦勞していることはありますか？

リーダー勉強会は社長が同席しており、設問に対して社長が考えていることや思っていることをリーダーはヒアリングして社内勉強会に臨みます。それを勉強会のメンバーに伝えていくことや具体的に考えさせることも学びのひとつ

つと捉えています。そして、設問に対して抽象論で答えてくる社員もいるので社内勉強会の中では**具体的に考えてもらうような質問**をしたり、実際の仕事に置き換えて考えてもらったりしています。そういったところが、苦勞した点かもしれません。

『理念と経営』社内勉強会の開催時に工夫していることは何ですか？

グループの中に幹部は入らないようにしています。また現場で直接お客様に接している教室長・副室長・補佐と本社の事務スタッフを同じ部署同士では一緒にグループにならないようグループ分けをしています。普段仕事を一緒にしない者同士で同じ設問で社内勉強会をすることにより、それぞれの立場から意見を述べ合っています。そうすることで新たな気づきがあり、前向きな気持ちを引き出したり、悩みを解決出来たりしています。

また、各グループのリーダーは事前にリーダー勉強会を実施しています。リーダーのみで先に設問の深掘りをして、**独自の設問表を作り、より一層我が社の理念や価値観と照らし合わせて考えやすくなりました**。

そして社内勉強会の中で目標を決めて、次月の社内勉強

会の際に目標に対してどういった取り組みをしたかを振り返るようにしています。設問表は自社オリジナルに修正を加えて、より我が社で仕事に取り組む際に考えていることや、どのように行動していくかを考えられるようにしています。



『理念と経営』社内勉強会以外にどのような職場内教育(OJT)に取り組まれていますか？

「13の徳目」の小冊子を活用しています。目的は社員の人間力の向上のためです。始業時に朝礼として、また教室ではアルバイト講師と一緒に終礼として実施していま

す。考える力、気づく力、感謝する力が毎日の質問を通して鍛えられています。また、意見を発表する力や相手の話を要約する力も養われます。それが、お客様に喜んで頂ける人材になるための**人間力の向上**につながります。また、アルバイトの講師にとっては、就職活動に役立っているようです。

社員さんの心に潤いを与える場として導入された企業の事例

観光土産菓子販売

兵庫県 株式会社ヤマゲン風見鶏本舗

企業紹介 神戸市の観光地である北野異人館街で土産店を営んでいます。北野町周辺は、かつて神戸に住む外国人の住宅地として栄え、「風見鶏の館」「うるこの家」など、現在も30数棟の異人館が残っています。「親切丁寧なおもてなし」の気持ちを込めた接客と旅の思い出となるような商品づくりを心がけています。神戸は海外との貿易が盛んなため洋菓子製造の会社がたくさん存在します。その中で弊社では、チーズケーキ、プリン、チョコレートを中心に製造販売しています。海外からのお客様も増えています中、観光旅行の楽しい旅の思い出づくり、夢づくりのお手伝い業をさせて頂いています。

代表者 山本 忍 導入時期 2007年
社員数 10名



個々の成長が、自社の発展、さらにはお客様の満足に繋がっています!

御社の「理念と経営」社内勉強会の目的を教えてください。

社内勉強会参加者の心に潤いを与えることが目的です。日常の業務から離れることにより、ストレスから解放されます。また、社内勉強会に参加すると潜在的に自分が必要としている知識が習得できます。潜在的な欲求が満

たされることにより、ストレス解消と知識の蓄積ができ、心に潤いを与えます。日常業務に追われる中、勉強をしたくても、その時間やきっかけがありませんでした。しかし、導入してみたことで、社員さんが潜在的に勉強したいという欲求を持っていることが分かり、またそれが満たされることが、一人ひとりの成長に繋がりました。個々の成長が、自社の成長、さらにはお客様満足に繋がると感じています。

「理念と経営」社内勉強会を導入するうえで苦労されたことはありましたか?

当初は、なぜ社内勉強会をしなくてはいけないのかという不満があったと思います。それを乗り越えるには、導入する上で社長の信念のようなものが必要だと思いました。社内勉強会を導入することで、会社の利益を上げるためだけでなく、仕事力や仕事観を高めながら人間力も深めていくことで必ずスタッフさんも幸せになる。その念いを、導入当初から今も伝え続けています。



「理念と経営」社内勉強会の導入に成功した要因は、何だったと思いますか?

- ①可能思考研修と社内勉強会を同時に導入したこと。
- ②社内勉強会を会社の基本業務の一つと位置付けたこと。

③「13の徳目」朝礼も同時に続けていることで、学ぶことが社風となっていったこと。
以上の3つが考えられる要因です。

「理念と経営」社内勉強会導入当時、社内や社員さんの反応やご様子はいかがでしたか。

導入当時より設問表への記入は丁寧に記入されていました。しかし、アウトプットが苦手な方もいるため、ディスカッ

ションが特定の人に偏ってしまうことがありました。また、リーダーをすることにより、全体の場づくりも経験でき、社内勉強会が終わったあとリーダーを担当した方は、自分の言動について振り返る機会を持つことができています。



「理念と経営」社内勉強会を開催するにあたり工夫されていることは何ですか?

グループディスカッションの後にパートナーセッションを行っています。お弁当などを食べたり、自社の新しい商品の試食をしたり、お腹も満たしながら楽しく開催しています。この時は社長が、お弁当を買ってくることもあります。また、他の方の意見を否定しないようにし、必ず承認することを徹底しています。

「理念と経営」社内勉強会を導入いただいて、会社に起きた変化を教えてください。それは、どのくらいの期間が経ってからでしたか?

まず社風は明るくなり、職場が活性化したと感じています。社内勉強会で出た意見はどれも価値があることに気がつき、お互いの個性を認め合えるようになりました。そう

することで、安心して自分の意見を言え、行動することが出来るようになりました。その結果として、明るく活性化した社風づくりに繋がっています。この明るい社風が、業績を押し上げる原動力になっています。期間としては、3年程経ってから変化を感じることができました。

「理念と経営」社内勉強会を導入して気づいたことや学んだことなど、ご自身の体験談をお聞かせください。

設問表に答えることにより、仕事の意味や念いを深めることができるようになりました。また、社員さん同士も、意見や

考えを理解し合い、質問・感想を述べ合いながら、理念に対してのベクトルを合わせ、お互いを理解し合えるようになりました。また、月刊『理念と経営』の事例等から、良い刺激を受けたもので自社に落とし込めるものは、参考にさせて頂いています。

社内では、どのような職場内教育（OJT）に取り組まれていますか?それぞれのねらい、やり方、効果を教えてください。

社内勉強会、「13の徳目」コーチング型朝礼をすることで、プライベートの時間から仕事のモードに意識を切り替え、常に前向きで明るい気持ちでお客様を迎えることができています。また、前日を振り返ることで、いろいろな気づきが生まれ、「考える力」、「仕事力」、「人間力」、「ア

ウトプットする力」、「傾聴力」も身に付いてきています。業務の合間に、研修や業務など、多岐に渡り面談の時間をとり、ベクトルを合わせています。月に1度、朝の職場貢献・地域貢献を1時間、全員で社内の整理・整頓、地域の掃き掃除にあてています。また、月1回、2時間30分社内勉強会も行なっています。これは、可能思考研修や「13の徳目朝礼」、そして『理念と経営』社内勉強会で出た意見の解説や意味を補足する勉強会です。

御社における人材育成の位置づけや、それにかかる念いを教えてください。

人材育成は、会社の基盤と考えます。人が個性を發揮でき成長があつてこそ、会社が社会から必要とされると思っています。そのためには、自分も他人も認めることができ、幸せを感じ、仕事を通して社会に貢献できることを喜びと考えられるように学んでいきたいと考えます。現在は格差

社会と言われていますが、格差によって会社も人も負けないように、勉強と仕事を一生懸命にしています。



社内勉強会を通して学びが自分の成長につながることに気づくことができた事例

美容業

大阪府 株式会社アン

企業紹介 1989年、大阪府堺市で創業し、2015年で創業27年目を迎えます。現在、南大阪を中心に美容室を8店舗経営しています。経営理念は「より美しく通して笑顔の輪を広げたい」、「美容室のディズニーランドをつくる」というビジョンに向かって、関わるすべての人の笑顔溢れる美容室を目指して、日々頑張っています。ブランドアイデンティティは「シンデレラストoryをあなたと共に」、ゲストにシンデレラになってもらえるようなおもてなしで、ゲストとシンデレラストoryと一緒につくることをコンセプトとしています。会社の特徴は、「成長・感謝・貢献」という価値観を大切に、特に人材育成に力を入れています。

代表者 築林 篤司 導入時期 2006年6月
社員数 90名



みんなで考えるという時間が何より大切

『理念と経営』社内勉強会の導入を決めたきっかけは何ですか？

導入時、社内のコミュニケーションが不足しており、社風も悪く、特に幹部同士の意思疎通もできない状態でした。

た。その中でなんとか社風を改善しようと模索している時に月刊『理念と経営』が創刊され、どうなるかはまったくわかりませんでした。取りあえずやってみようということでスタートしました。それから約9年間継続し、早いもので10年目を迎えています。

『理念と経営』社内勉強会を導入し始めた頃の社員さんの反応やご様子はいかがでしたか。

社内勉強会の意味と価値が浸透するまでは「美容師なのになぜ？」といった疑問が多かったように思います。美容師なのだから技術といった概念、職人気質が強かった。

たため、難しいことをやりたくない、意味がわからないという意見が多くありました。浸透するまでは、目的が理解できず、やらされているという感覚から学びが浅くなったり、個々の意見はあっても、みんなの前ではなかなか本当の気持ちを発言できず、表面的な発表になってしまうということもありました。

継続していくうえで工夫されたことは何ですか？

最初は難しそうというイメージが強く、そんな勉強したくない、楽しくないという意見や、美容師なのでそんなことより技術を学ぶ機会が欲しいと反発がありました。そういう意見を払拭するためにも、楽しいイメージを感じてもらうために、お菓子や飲み物を用意し、会議や研修とは違う雰囲気

をつくり、自分の意見も好きなように話せるし聞いてもらえる楽しい時間だということ、時間をかけて社内に広めていきました。

また、リーダーの雰囲気作りもとても重要で、みんなが意見を出しやすい雰囲気を作れると先輩後輩は関係なく、素直なおもいを引き出すことができているように感じます。

『理念と経営』社内勉強会を導入して気づいたことや学んだことなど、ご自身の体験談をお聞かせください。

社員同士で理念の共有ができることです。普段一緒に働いていても、日々忙しい中ではコミュニケーション不足になりがちです。社内勉強会をすることで、個々に今思っていること、感じていること、将来のこと、いろいろ伝え合うことができます。この時間を共有することでチームワークが良くなりました。また社員同士での思いやりの心や視野が

広がったように感じます。



『理念と経営』社内勉強会を導入したことで、会社に起きた変化を教えてください。

社内勉強会をやり続けることでキャスト一人ひとりの要約力が高まり、伝えたいことが伝わりやすくなり、協力的で共感力の高い社風になりました。そしてみんなで考えるという時間が何より大切だと感じ、みんなで話し合い、伝え合

い、思い合うといった行動から、自社の経営理念に対しての意識が高まったように思います。また様々な逆境を乗り越えられた記事を読むことで、自分そして周りを信じることや、諦めず前向きに取り組むということを学ぶことができ、粘り強くポジティブな人が増え、強い社風になりました。

お客様や取引先様から寄せられたお誉めの言葉や喜ばれたエピソードがあれば教えてください。

社内勉強会をすることで知識が広がり、自分の意見を自信を持って伝えられるようになりました。他の人の意見も

しっかり聴けるようになり、念いを共有することによって理念も浸透し、お客様にもしっかりその念いが伝わり「annの社員さんは若いのに考えがしっかりしていますね」「みなさんすごくおもしろいのある方たちばかりですね」などたくさん褒めて頂けるようになりました

導入に成功した要因は、何だったと思いますか？

今ほどフォロー体制がないこともありますが、まずは店長以上の幹部で始め、その後やりたい人が集まり徐々に人数が増えていきました。自分の意志で参加した人ばかりということもあり、積極的な発言が多く、この社内勉強会への誤解が解け、思った以上に楽しく、自分の成長につながることを、比較的早い段階で実感できたのだと思います。店長が最初に社内勉強会の良さを理解したことで、店長の視野が広がり、キャストに対して伝える内容も変わっていききました。また仲間を批判しないディスカッションができたことも成功の要因です。その事でお互いを認め

合い尊敬し合う存在になっていきました。そして社長からのコメントが社員のやる気やモチベーションに繋がっていて、これも継続できている要因の一つです。



社員さんが、学んだことを仕事に活かすため、どのような取り組みをされていますか？

社内勉強会での話し合いの中から、社内改善制度で話し合う提案を出すようにしています。他社の事例を通しての気づきは、いつもと違う視点や、新しい発想からの提案になり、社内の改善につながっています。設問表に対して、社長や幹部が赤ペンでコメントし、気づいたことを少しでも深掘りし、各自の行動改善につながるようにしています。

御社における人材育成の位置づけや、それにかかる念いを教えてください。

すべての基本は「人」だと考えます。社風に一番大切なものは、統一した価値観を持つことだと考え、当社は、「感謝・貢献・成長」を基本として、理念の浸透や価値観教育を行なっています。温かい人柄・共感する力・楽観的で陽気な態度・協働の自発性・誠実さ・人間的自立(自律)を育成し、人事教育理念の「人間味あふれる最高のおもてなしを提供できる人づくり」を目指し、精進していきます。



人財育成を最優先にOJTを強化し 従業員の幸せを実現した事例

製造業
(建築用木製組立材料製造、木製パレット製造)

滋賀県 株式会社シガウッド

企業紹介 昭和46年に前身の協業組合シガウッドが設立され、地元農機具や大手自動車メーカーの国内外輸送用の木枠梱包および物流保管用木製パレット製造、原木から一貫した建築構造材の製造等で成長発展してきました。その後平成9年6月、株式会社シガウッドを設立し、現在住宅部門として、2x4住宅工法の構造躯体パネル加工、構造図設計、および建方工事施工管理、パレット部門として、木製パレット、梱装箱の製造、および樹脂製パレット、鉄製ラック、合板加工品等の物流資材の販売を事業展開しています。『安全と教育は、全ての業務に優先する』をスローガンに、全社改善活動(KZ法)を実践して、会社のショールーム化と三方良好経営を目指しています。

代表者 高橋 文夫 導入時期 2006年1月
社員数 74名



人財育成こそが、物心両面の 幸福の実現につながっている

月刊『理念と経営』をお知りになった経緯を教えてください。

平成3年(1991年)可能思考研修を受講以来、株式会社日本創造教育研究所の種々の研修を社長はじめ社員

教育に導入した際に知ることができました。また『理念と経営』経営者の会にも設立当初から参加し、月刊『理念と経営』の創刊号より社内勉強会が最適な教材として導入を決定しました。

『理念と経営』社内勉強会を導入して気づいたことや学んだことなど、ご自身の体験談をお聞かせください。

各部門間、役職を越えて、設問表に従ってグループ内で自由に自分の考えを発表することによって、相互理解

やコミュニケーションがとれるようになってきたと思います。司会進行は、毎月くじで決めていますので、高卒の新入社員が司会進行役になった時は、当初戸惑っていましたが、徐々に慣れるに従い先輩のサポートも得て、スムーズに進行しまとめの発表も堂々と出来るようになってきました。

『理念と経営』社内勉強会導入時の御社の課題には、どのようなものがありましたか？

最初は、業務時間内で社内勉強会を開催していたので、営業部員や繁忙期の社員の参加が少ない時もありました。営業部員と新入社員、リーダーを中心に有志の社員で開催しました結果、女性社員や他の一般社員の参加は難しいという印象を与えていました。



御社が『理念と経営』社内勉強会の導入をお決めになった、きっかけや目的を教えてください。

事例研究や企業の成功法則など、内容的に一般社員にも分かり易く、一緒に勉強していくには、良い教材だと

判断しました。弊社はとにかく人財育成を最優先課題にしていますので、新入社員と営業部員、リーダー以上の成長と経営理念の浸透、よい人間関係の構築等を目的としました。

導入当時、社内や社員さんの反応やご様子はいかがでしたか。

同じ本を読み議論し合う経験がない社員がほとんどでしたので、消極的で受身の参加が多かったと思います。ま

た事前に本を読んで参加する社員は少なかったと思います。社長がやるといったので、仕方なく参加しているといった状況でした。

『理念と経営』社内勉強会を導入されて、会社に起きた変化を教えてください。

近年、高卒者を中心に新入社員を毎年採用しフレッシュな社員の増加により、社内勉強会も新鮮な雰囲気包

まれ活性化しました。20代半ばから30代のリーダークラスや中堅社員のモチベーションアップにもつながっています。また、勉強と仕事がリンクするようになり、職場での人間関係も概してよくなりました。

導入したことで、お客様や取引先様から寄せられたお誉めの言葉や喜ばれたエピソードがあれば教えてください。

取引銀行の方に、月刊『理念と経営』をご紹介し、社内勉強会を実施している旨をお伝えしており、『理念と経営』

経営者の会の地区大会への参加もしていただいております。会社の理念や考え方を深く理解していただくようになり、よい関係が構築されています。お客様に対しても、社長はじめ営業担当がご案内することもあり、当社の考え方をご理解していただくよい機会になっています。

導入に成功した要因は、何だったと思いますか？

社長と役員3人が総意で導入し、率先垂範参加すると

ともに、管理職、リーダーを中心に定期開催を定着させてきたことにあります。また社長不在でも、役員がその代理を確実にこなしていることです。



導入するうえで、苦勞されたことはありましたか？ あるいは、それをどのように乗り越えましたか？

毎月水曜日朝7時から30分間の社長主催の勉強会『新未来塾』の中で、社内勉強会をスタートすることで、仕事なのか、または自己成長のためのあくまで自主参加なのか、社員にとって受け取り方がまちまちであったことです。

現在は会社の見解として、明確に自己成長のための自主参加と位置づけて実施しています。その後、毎週月曜日の朝開催の業績アップ委員会等、早朝の社内勉強会の参加に対して、『100回帳』をつくり、1回の参加で判を押し、100回達成時に、朝礼で報奨金(金30,000円)を贈るようにしました。ゲーム感覚を少し入れて実施しています。

『理念と経営』社内勉強会を開催するにあたり工夫されていることは何ですか？

導入企業のケースも参考にして、現在設問表は月末に回収して一人ひとり赤ペンでコメントを書き、社員に戻してプラスのストロークを与えています。これからも努力の継続に対してエールを送っていききたいと思います。



社員さんが、学んだことを仕事に活かすため、どのような取り組みをされていますか？

前述の通り、設問表を確実に書き提出を義務付けており、私のコメントを上司も含めて確認してもらうようにしています。

社内では、どのような職場内教育(OJT)に取り組まれていますか？それぞれのねらい、やり方、効果を教えてください。

安全第一として、事故やクレーム発生時の現場実地教育、フォークリフトの定期安全教育等数多くあります。新入社員教育は、入社時約1ヶ月、社長ガイダンスはじめ製

造、CAD作業、住宅知識等の教育を実施します。現在の社内勉強会は、派遣社員や外国人実習生も含めて全員参加で行っており、各グループ内でのコミュニケーションが円滑になってきています。

他社にお勧め頂ける月刊『理念と経営』の良いところがあれば、教えてください。

- ①幅広い業種業界から理念経営の事例が取材され掲載されており、経営のヒントになっています。
- ②読者が明るく元気づけられる内容になっています。
- ③時流に対応した話題や対談の記事になっており、実務に参考になります。

- ④女性経営者や頑張っている社員さんにもフォーカスし、記事にされています。
- ⑤心身の健康維持と促進に役立つ連載があります。
- ⑥伊與田先生の論語を中心とした、古典のお話がとても分かり易く勉強になります。
- ⑦発刊の趣旨、理念に一貫性があり、王道の経営を学ぶ適切な中小企業の教科書です。

御社における人材育成の位置づけや、それにかかる念いを教えてください。

『我が社は、安全と教育は、全ての業務に優先する』をスローガンの基に、これからも愚直に人材育成に真摯に取り組んでいきます。社内勉強会や朝礼等でよく伝えている言葉ですが、『能力の差は小さいが、努力の差は大き

い。そして継続の差はもっと大きい』を信念として、社員教育に全身全霊を賭けていきたいと考えています。人材育成こそが、全従業員とその家族の物心両面の幸福の実現につながっていくことを確信しています。

中小企業に活力を与える経営情報誌 月刊『理念と経営』



1 成功企業を知る

- 業界の常識を打ち破る発想を入手
- 比較分析により、自社を客観的に見る
- 大、中、小の成功事例を研究
- 同業、異業種、内部・外部環境の変化をつかむ

2 経営者の頼れる情報源に!

- 中小企業を取りまく経済環境を知る
- 自社の経営のヒントを発見
- 哲学、時事、経済、エコ、健康など幅広い情報
- 戦略作りやリスク管理に活かす

3 理念経営の推進に役立つ

- 理念経営についてのイロハがわかる
- 会社の価値観の共有に役立つ
- 本質を見抜く力を養える



● 巻頭対談



● 企業事例研究



● 逆境! その時、経営者は...

理念と経営

月刊
好評
発売中

スタッフの考える力、知識が確実につき、離職率が減少した事例

美容業

愛知県 株式会社ウイナー美容室

企業紹介 名古屋市内で4店舗「hair make WINNER」という名の美容室を営んでおり、2015年で69年目を迎えます。「縁あって出逢った全ての人に感謝し美の創造を通して幸せが叶う会社を目指します」という経営理念を掲げ、笑顔とありがとうが溢れる店づくりを心掛けています。何世代にもわたりご家族で来ていただけるお客様も多く、「お客様にとって人生のパートナー」として存在できることが私どもの使命とも考えているので、接客や人間力を磨く教育を大切にしています。

代表者 早川 尚男
社員数 40名

導入時期 2008年10月



上司からも部下からも率直に意見を 言えるようになり、離職率も減りました！

御社が『理念と経営』社内勉強会の導入をお決め頂いたきっかけや目的を教えてください。

以前の課題はまとまらない組織であることでした。社内では経営者と社員とで目指すベクトルが統一されておらず、また価値観の共有も十分に出来ていなかったことが原因だったと思います。

経営者だけでなく、幹部社員、現場の社員が一緒になって“経営”を学ぶことに意味があり、お互いの意見を聞きあうことでコミュニケーションが良くなり、知恵が付き、チームワークも良くなる、との言葉を聞き、我が社にも必要だと思い導入を決めました。

導入したものの、営業後に社内勉強会の時間を各店で取るスケジュール調整が難しかったことや、重要性が伝えられていなかったこともあり、開催が出来ないこともありました。1年ぐらい続けてみましたが、そんな調子だったので実は一度止めてしまいました。ですがそこである人物に背中を押されたんです！正直もう一度始めることは大変勇気の要ることでした。しかし「理念の浸透や会社を良くした

いなら『理念と経営』社内勉強会をし続けることだよ」と何度も何度も背中を押して頂き、社内勉強会を再開することができたのです。

再開当初は前向きには取り組んでくれましたが、設問表は当日の社内勉強会の前に少しだけ書いて参加するということもあったり、他の業務との兼ね合いで優先順位はなかなか上がらないこともあったり、私が言わなければやらずにそのまま流れてしまうこともありました。

しかし、『理念と経営』社内勉強会をし続けることで、実際良い変化が生まれてきました。



導入するうえで、苦労されたことはありましたか？それはどのように乗り越えましたか？

正直、現在でも繁忙期には社内勉強会の開催が難しい時もあります。しかし「優先順位が高い勉強会だ」ということを幹部クラスに伝えていくことで、スケジュールに組み込み、前向きに取り組んでくれるようになりました。

成功した要因は何ですか？

成功した要因はやはり、**自社で設問を考えたこと**だと思います。

設問には①本文での事例からの学びと、②自社におきかえて考える設問の両方を入れるようにしました。

私自身が設問表を作るとなると、「今我が社にとって必



要なことは何なのか」をしっかり意識して、月刊『理念と経営』を読まなければなりません。そうすることで、私自身のこの社内勉強会に対する思い入れが強くなったことは間違いありません。

また、できるだけ最初の設問は皆が心を開いて話ができるように、つまり**“アイスブレイクになるような設問”**作りを意識しました。『くちびるに歌を持って 心に太陽を持って』をよく使わせて頂いています。すると和やかな雰囲気ですディスカッションが進みますし、発言しやすくなります。

さらに設問の中で、**社内で実践したいことの提案や課題などを考えてもらっています**ので、社内勉強会が良いミーティングの時間にもなっています。

たまに社内勉強会のグループを変えることも実行しています。弊社では勤務店舗だけで開催する場合と、全店ミックスして開催する場合、全店でランクが近い人と開催する場合など、できるだけ沢山のメンバーと交流が取れるようにしています。

『理念と経営』社内勉強会を導入いただいて、会社に起きた変化を教えてください。

まず社員さんが月刊『理念と経営』という経営誌を読むことで視野が広がります。**他業種からの情報がとても新鮮なヒント**になり、自社での改革に役立ちます。使命感をもって仕事をしている人の事例が多いため、使命感を考えるようになります。そして実際に社内勉強会の設問を考えてディスカッションをすることで、コミュニケーションが良くなり、チームワークが良くなります。考える力がつき、人の意見を聴く力もつきます。

お客様にも勉強していることが伝わるのか、お褒めのお言葉を頂くことが多く、経営者の方からは「ウイナーさんのスタッフは良く勉強しているのを感じるよ。何してるの？」と言われたこともあります。

社内勉強会を続けるには努力が不可欠ですが、この社内勉強会をしている人としていない人とは**1年後3年後5年後には大きな違いになる**ことは間違いのないと思います。我が社は導入して良かったです。



「理念と経営」社内勉強会を導入して、会社に起きた変化はありますか？

以前からコミュニケーションはそれなりに取れていましたが、社内勉強会でディスカッションをすることで、通常業務では知ることのできなかった社員さんのモノの見方や考え方を知ることが出来るようになりました。また、特に若い社



員さんから良い改善案や提案も上がるようになり、風通しが良くなったことが嬉しいです。そして、社内勉強会を導入してから、毎年売上昨年対比をクリアしています。

社風も変わり、以前では言いにくくて言えなかったことも、上司、部下、同期同士、経営者にも率直に言い合えるようになりました。そのため、以前では大きな問題になっていたことが、小さいうちに解決できるようになりました。

そして、人財としては一人ひとりの考える力、知識が間違いなくついたと思います。使命感や仕事のやりがいを感じる機会が多いので、仕事に誇りを持って取り組むようになりました。

特に若いメンバーの成長が著しいです。経営の知識を知ると見えるものが変わってくるのか、理解力、行動力が以前とは比べ物にならないくらいついてきて、早いうちから頼りになるスタッフが増えました。

同時にお客様からの信頼もつき、若いメンバーの売上貢献度もアップしています。また離職率が減ったのも社内勉強会の効果だと思います。



御社における人材育成の位置づけや、それにかける念いを教えてください。

美容室経営は、人が命です。経営＝人育てだと、先代からの教えで、お金も時間も愛情も人育てにかけてきました。美容室には、さまざまな立場・業種・年齢の方がお越しになります。

また技術だけでなく接客もするため、対応力を磨く必要があります。そのためにも、一美容師という視野だけでなく、社会人として・人として、出来る限り視野を広げて魅力的な人に成長してほしいと願っております。そのための環境作りが会社の責任であり、やりがいだと思っています。素敵な人の周りには素敵な人が集まる。だから素敵な人になるための人材育成を一緒に楽しんで実践していきたい、そう考えております。



「理念と経営」社内勉強会
目で見える1,496社様の声！



本誌掲載企業様の他にも事例が満載！！

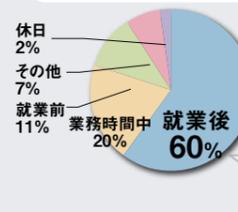


ホームページ

Facebook

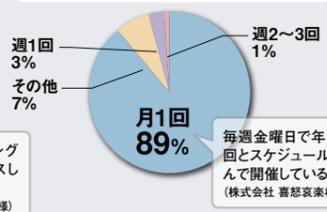
開催の状況

いつ開催していますか



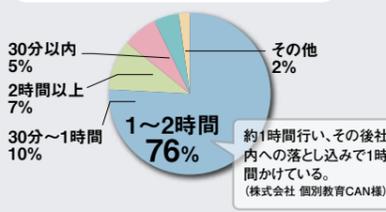
ランチミーティング形式でリラックスして開催している。
(株式会社 沖繩実健様)

平均開催日数はどれくらいですか



毎週金曜日で年間40回とスケジュールを組んで開催している。
(株式会社 喜怒哀楽様)

平均開催時間はどれくらいですか



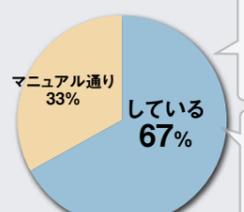
約1時間行い、その後社内への落とし込みで1時間かけている。
(株式会社 個別教育CAN様)

ここがポイント
無理なく会社にあった開催方法を設定するのが秘訣です。



取り組みについて

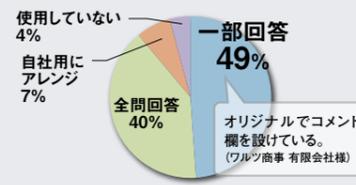
開催にあたり何か工夫はしていますか



春には花見、秋には紅葉を見たりと、場所を変えて雰囲気に変化を付けている。
(高梁技達 株式会社様)

勉強会で出たアイデアをファイルして誰でも見ることができるようにした。
(有限会社 デュアルワン様)

設問表について



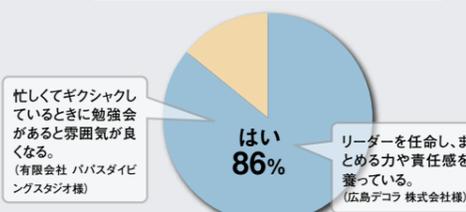
オリジナルでコメント欄を設けている。
(ワルツ商事 有限会社様)



ここがポイント
マンネリにならないように、みんなでアイデアを出し合って楽しく行ないます。

導入の効果

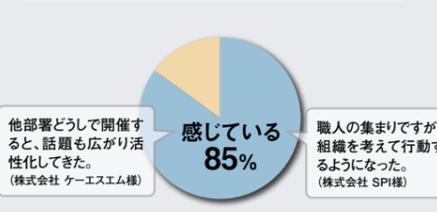
導入されて効果や成果はありますか



忙しくてギクシャクしているときに勉強会があると雰囲気の良い。
(有限会社 パラスダイビングスタジオ様)

リーダーを任命し、まとめる力や責任感を養っている。
(広島デコラ 株式会社様)

人材育成に繋がっていると感じていますか



他部署どうして開催すると、話題も広がり活性化してきた。
(株式会社 ケーエスエム様)

職人の集まりですが、組織を考えて行動するようになった。
(株式会社 SPI様)

ここがポイント
継続することが大切。長く続けるほど、効果が上がります。

“理念”に対する意識の高まりと社員の成長に繋がった事例

食品製造並びに販売（給食弁当製造販売）

神奈川県

株式会社山路フードシステム

企業紹介 神奈川県内の子供から大人までの昼の給食弁当（献立・仕入・調理・盛付・配達・容器回収・洗浄など）を通じてお客様にとってお昼が楽しみになる場を提供している会社です。安全、安心、美味、信頼 理念を掲げて地域企業の働く従業員様へ美味しいお弁当をお届けしています。日々多量に約1万8千人の食事を提供しております。私たちの商品づくりに欠かせないものが経営理念にもある「真心と愛情」です。

代表者 松井 大輔 導入時期 2009年頃
社員数 正社員30人 PA 210人



退職者が減り、理念に対しての考えに統一感が出てきました



『理念と経営』社内勉強会の導入を決めたきっかけは何でしたか？

ある方のすすめで月刊『理念と経営』の本を購入し、更に「経営者だけが学んでもダメ」「社員さんと共に学びなさい」とアドバイスを受け、全社での社内勉強会をすること

になりました。その時に、社内勉強会のやり方を自社の従業員さんに説明（プレゼン）して下さりスムーズなスタートとなりました。また、良いと思うことはまずはやってみようということだと思います。やってダメなら上手くいっていない部分を改善すれば良いと私は思います。

『理念と経営』社内勉強会を導入して気づいたことや学んだことなど、ご自身の体験談をお聞かせください。

①同じ文章を読み同じ質問が書いてあっても、回答はそれぞれ違います。人それぞれ感じ方や考え方が違うことが理解でき、とても面白いと感じています。また、人の回答に賛同したりアドバイスしたりコミュニケーションがとりやすくなりました。

- ②人の発表を素直に聞き入れて、自分の考えと違うことで何故そのように感じたのか聞くようになり、物事を色々な角度から見る事ができるようになりました。受け入れることの大切さにも気づきました。
- ③前よりも仕事・会社について、そして自分自身について考えるようになりました。
- ④様々な人たちの体験談などを読むことにより、今自分が抱えている問題や課題を解決するヒントを得られます。



『理念と経営』社内勉強会を導入したことで、会社に起きた変化を教えてください。（社風・業績・人材）

- ①退職者が減りました。また理念に対しての考え方の統一感が出てきました。
- ②前よりも報告・連絡・相談がしっかりしてきたと思います。また、仲間意識が強くなり、協力的で前向きになりました。
- ③社内が明るい雰囲気になりました。
- ④自分の考え方や感じ方を素直に表現でき、話せる場として活用しています。また他の人の発表を聞き傾聴力

が高められることなど、即効性のある効果も見えました。

⑤普段交流のできない職場の人たちと話すことができました。話すことが苦手だった人も発言ができるようになりました。

⑥人材育成として、みんながいろんな意見を発する機会が増えました。特に新人さんとの会話もスムーズに行なうことができるようになりました。会議等で指名されれば答えることができ、しかもその答えがかなりの確だったりしているので驚きました。このように新人さんの質が上がったのは、社内勉強会のおかげだと思います。

導入に成功した要因は、何だったと思いますか？

（現場の声）

- ①上司、トップがやりきるといふ強い念があります。その念を感じ、「やらなければ」ではなく「やる」ことでの意味を見だせたことではないかと感じました。
- ②会社を良くしたい！経営を良くしたい！という念が一致しているからだと思います。
- ③全員参加のため、グループのみなさんとの設問の回答を聞くことが自分の成長につながると考えているので、自分も設問にしっかり答えて参加しています。
- ④毎回、行なうことが大切だという信念を持ったリーダーがいて下さったからだと思います。

⑤一人ひとりが社内勉強会で成長していると感じているため、自分が社内勉強会で不在にしている時でも、代わりに頑張ってくれている人がいることだと思います。

⑥店を空けるわけですから、その間の留守を責任もってやってくれる社員さんやパートさんのおかげだと思っています。この社内勉強会に対しては難しい設問があり、自分の答えが曖昧だったりした時にヒントをくれる場所だったり、会社にとってというより自分にとってプラスになる部分が多いから、皆が社内勉強会の重要性を理解し、協力体制が築けています。

⑦社員それぞれが「やろう」という気持ちが一体であるということです。その他、普段仕事をしているだけでは会えない他の店舗の人に会えるというのも楽しみの一つです。

導入するうえで、苦労されたことはありましたか？それをどのように乗り越えましたか？

①本を読む時間を作る習慣がなく時間を作ることが課題でした。最初は本を読んで設問を埋めることに時間が掛かり大変でした。⇒続けることで、少しの時間でも本を読むようになり、設問には自分の考えで色々考えずに書き始められるようになってきました。

②日程調整が難しかった。⇒会議と同様に社内勉強会の日程に合わせるようになりました。

③現場は朝が早く、また早く帰ることを会社として奨励しているため、矛盾することの無いように忙しい中で早い時間に集まってもらうようにしています。その時間に集まれるように現場社員は努力し乗り越えてくれています。

社員さんが、学んだことを仕事に活かすため、どのような取り組みをされていますか？

①設問表やその中のメモなどを回収し、一人ひとりに感想などを綴ってお返しています。

②グループ発表などの時間をつくり、ディスカッション内容を発表してもらい、その中で良いことは書きとめ会議の議案などに加え、問題課題の解決や新商品開発などに活かしています。

他社にお勧め頂ける月刊『理念と経営』の良いところがあれば、教えてください。

- ①成功者の体験談が満載です。
- ②当たり前のことに気付かせてくれる機会を与えてくれることです。
- ③さまざまな事例や、仕事に対する念を知るきっかけになると思います。

④他社の事例が参考になる部分です。また、普段読書をしていない人や苦手な人には、カラーでイラストや写真が豊富なので、ビジネス書超入門としておすすめできます。

⑤可能思考研修受講後のアフターフォローの教材として利用価値が高いです。

⑥理念や人に対し強く意識して行動してくれる人が育ちます。

月刊『理念と経営』を教科書として経営者、管理職、現場が一体となって学んだ企業

製造業（精密樹脂加工）

埼玉県

株式会社ミヤザキ

企業紹介 株式会社ミヤザキは1973年（昭和48年）に創業し、樹脂精密加工一筋に営業をしてまいりました。そしてお客様の多様なニーズにお応えするため特に人材育成に力を注ぎ、品質・納期管理・短納期に対応しています。又、埼玉県と宮崎県の4つの工場に最新の機械を設置するなど設備力にも力を入れ、多くの製品を素早く生産するため24時間体制で稼働して樹脂精密加工業界日本一を目指しています。我々の理念であります「社会に貢献できる会社づくりと人材の育成」をさらに追及していくため、人材育成を基本とし毎日仕事前の30分間の社内勉強会を23年間継続しており、聞く力や話す力などの社会人としての必要な能力を培っています。5Sの整理整頓を徹底しお客様のニーズにお応えすべく努力しております。

代表者 山之上 道廣 導入時期 2006年11月
社員数 113名



社員さんと共に学び共に成長したい… だからこそ月刊『理念と経営』を 選びました。

月刊『理念と経営』をお知りになった経緯を教えてください。また、社内勉強会の導入を決めたきっかけは何でしたか？

1992年バブル崩壊で倒産寸前になり「企業は人財」であることを痛感し、人財の育成の為に自社なりの勉強会をはじめました。しかし中々継続が難しく苦労している時に、月刊『理念と経営』に出会い、これを教科書として社内勉強会をしました。月刊『理念と経営』を選んだ理由と

して、様々な業種の経営者の方々が経験された成功談や失敗談、また究極の場面をどの様に乗越えたかなど解りやすく書かれているため、ぜひ社員さんにも読んでほしいと感じたからです。また、これからの時代の背景に基づいて自分が考えていかなければならないことをわかりやすく記載されていることも、月刊『理念と経営』を選んだ理由の一つです。これらを社員さんと共に共有し成長していきたいと考えました。創刊当初から導入し、今では業績に大きく繋がっています。

『理念と経営』社内勉強会導入時の御社の課題には、どのようなものがありましたか？ また、苦労した点は何がありますか？

個人個人の考え方、能力の差が課題でした。積極的に発

言する人や控え目な人、設問の内容を良く理解している人としていない人をどの様にして育成し、どうやって社内勉強会を学びの場にするかが課題でした。また、月刊『理念と経営』の本の内容や本質を社内勉強会に参加している社員さん全員に理解させることが難しかったように思います。

上記の課題をどのように乗り越えましたか？

顔をみれば理解をしているかどうかはおおよそ分かりますので、そんな時は自分の伝え方に問題があると捉え、月刊『理念と経営』に書いてある本質を考えながら、わかりやすく例を挙げて伝えるなど工夫をしました。学びの場になるようにすることを常に意識しました。



『理念と経営』社内勉強会を導入したことで、会社に起きた変化を教えてください。それは、どのくらいの期間が経ってからでしたか？

社内勉強会を導入してから社員さんの仕事に対する取り

組み方や、社内の人間関係がとて上手くいくようになりました。以前はそれぞれの職場の言い分を主張し合っていました。社内勉強会導入でお互いが理解し合う様になり大きく業績に繋がっています。本年度は過去最高の業績になりました。

導入に成功した要因は、何だったと思いますか？

学ぶことは自分の人間としての成長に繋がると解ったことだと思っています。また人間として成長して判断力等を身

に付けることが、会社の業績を上げることになり、さらに業績を上げることが自分達の幸せになると社員さんが気づいたことだと思っています。

『理念と経営』社内勉強会を開催するにあたり工夫されていることは何ですか？

特に社長力・管理力・現場力の内容はしっかりと取り組むようにしています。まず社員一人ひとりが順番に文章を読みながら、終了後にそれぞれの立場での捉え方や考えを発表して共有するようにしています。また本の内容と自身の体験談を交えながら話をしたりすることで、社員さんの考えを理解することにもなりコミュニケーションのきっかけにもなっています。



導入してから、お客様や取引先様から寄せられたお誉めの言葉や喜ばれたエピソードを教えてください。

社内が整理整頓されていることや挨拶が良いこと、また電話の対応が良い・連絡が早い・求められる品質や納期にどんなに無理をしても応える姿勢で仕事に取り組んでいるなど、お客様よりお誉めの言葉をいただくことが多くなっています。



社内では、どのような職場内教育(OJT)に取り組まれていますか？それぞれのねらい、やり方、効果を教えてください。

礼儀・マナーと聞く力や話す力をつけることを重点に取り組んでいます。また、社内で私が気づいたことはすぐに伝

えるようにしていて、相手が理解・納得するまで説明することが重要だと思っています。社内勉強会や朝礼などで自分が日常の中で学んだことや失敗や反省点を話すよう心がけ、社内の社員一人ひとりと情報の共有をしています。

最後に、御社における人材育成の位置づけや、それに懸ける念いを教えてください。

弊社では人材育成は企業発展のために最も重要だと位置づけて考えています。弊社も人材育成の重要性に気づき23年前から朝に自社独自の勉強会も行なっています。企業は社員とお客様との繋がりが成り立っており、企業がさらに成長・発展していくためには、従業員一人ひ

とりの成長は絶対必要不可欠なものだと思います。これからは顧客の要求もさらに高まり、変化の速い時代の中で企業を存続させていくためには、自社の強みをさらに発揮していくだけでなく、共に変化もしていかなければいけません。その為に経営者・管理職・従業員もまた変化と成長が必要になってくると考えています。月刊『理念と経営』の内容を理解して実践すれば、必ず業績は良くなります。

社風が良くなり、お客様の満足度指数が飛躍的に伸びた事例

自動車教習所業（サービス業）

青森県 株式会社ムジコ・クリエイト

企業紹介 わが社は『交通事故のない街にしたい』という強い思いを持つ社員が集まった会社です。平成25年4月1日には、その強い思いを社名に込めて『株式会社ムジコ・クリエイト』に社名変更しました。社名どおり、私たちは無事故（ムジコ）を創り出す（クリエイト）ために存在する会社であることを社会へ宣言し、平成25年12月、自動車教習所としては全国で始めてISO39001（道路交通マネジメント国際規格）を取得し、現在は自動車教習所として初心運転者教育だけでなく、地域の幼稚園・小学校・中学校・高等学校・大学・高齢者に対して行なう交通安全教室や講話に関しても積極的に取り組んでいます。また、以前から交通事故の発生メカニズムや事故発生要因を大学教授と共に調査研究をし、最近では日本交通心理学会で調査結果を発表するなど活動の範囲を地域から全国へ拡大させています。

代表者 新戸部 八州男 導入時期 2012年4月
社員数 234名



社内勉強会を導入した結果 お客様満足度指数が劇的に向上しました

月刊『理念と経営』をお知りになった経緯を教えてください。また、『理念と経営』社内勉強会の導入を決めたきっかけは何でしたか？

月刊『理念と経営』を知ったきっかけは、グループ会社が以前から月刊『理念と経営』を使った社内勉強会を導入していたことでした。わが社で導入した理由としては、現在「日本一の交通安全教育研究会社になる」というビジョ

ンを掲げ日々活動していますが、そのビジョン達成のためのワーキンググループの一つ“社風改善担当グループ”の社員からの提案があったことがあげられます。社員一人ひとりが積極的に学ぶための機会を通じ、社員間のより質の高いコミュニケーションを深めることで、ビジョンへ向かうベクトルをひとつにし、強力な推進力を生み出したいと考え導入を決めました。

『理念と経営』社内勉強会導入時の御社の課題には、どのようなものがありましたか？

わが社は業種が自動車教習所ということもあり、教える“ティーチング”が得意で、逆に人の話を聞き答えを導き出す“コーチング”が不得意です。社内勉強会導入時を思い返すと、社員間でも特定の人以外とのコミュニケーションは少ないのが現状でした。そのため組織としてののま

とまりも弱かったように感じます。また、教習指導員ということもあり交通安全教育に関する知識は当然のことながら個々に高めていますが、経営に関する知識というのはかなり低いということもありました。そのため、経営者の気持ちで仕事をするということに希薄感を感じ、経費削減に対する能動的な行動もあまり見られないということも課題であると考えていました。

導入当時、社内や社員さんの反応はいかがでしたか？

導入当時、普段から本を読む習慣がないから結構辛いとか、本を読んでも設問表に書くことが面倒などマイナス的

な会話が少なかったのが現実です。しかし、普段から書籍に親しんでいる社員にとっては、会社の経費で高いお金を払い勉強させてくれてありがたい等、建設的な話を聞くことができました。このように導入当時は社内でも意見が二分されていました。

『理念と経営』社内勉強会を導入して気づいたことや学んだことなど、ご自身の体験談をお聞かせください。

沢山ありますが、例えば社員同士の会話の中で印象に残っているのは、「社内勉強会の中で同じ文章を読んでも受け取り方や感じ方が人それぞれ違って、色んな仲間の話を聞くことで答えは決してひとつではなく、知恵

『理念と経営』社内勉強会を導入いただいて、会社に起きた変化を教えてください。

月刊『理念と経営』の社内勉強会導入後の社内変化として、一番に挙げることができるのは社風が良くなったことです。理由としては、今まであまり話をすることがなかった社員間でディスカッションをするなど、積極的にコミュニ

を出し合えばどんなことでも解決できるような気がしました」という言葉でした。つまり、社内勉強会を通じて相手の考えを尊重し、素直に聞くことができるようになったというのです。これらのことから、社員が積極的且つ能動的に学ぶことで互いに尊重しあう雰囲気が醸成されてきたと感じます。今後もビジョンを早期に達成させるためには、社員相互が協働の喜びを感じ、心をひとつにすることが大切だと考えています。

ケーションをとる時間ができたため、互いに助け合い認め合う雰囲気が出来たからだと思います。また、わが社はお客様からの意見を大切にするため、入校時や卒業時にアンケートを取らせていただいておりますが、お客様の満足度指数も飛躍的に伸びました。それも社風が良くなったことの証であり大きな変化であると考えます。

導入したことで、お客様や取引先様から寄せられたお誉めの言葉や喜ばれたエピソードがあれば教えてください。

社内勉強会を導入した後にお客様から寄せられた言葉やエピソードは沢山あります。入校時や卒業時にアンケートを頂いておりますが、その沢山のコメントの中から印象深いお話をご紹介します。そのお客様はお子様に自動車免許取得をさせるため、数箇所の自動車教習所を訪問し入校に必要なものや教習の受け方、料金などを確認したそうです。当然わが社にも

訪問したそうですが、どの教習所よりも教習料金が高かったため始めは困惑したそうです。しかし、受付を担当するフロント係の対応や教習を終えて戻ってきた社員がロビーにいらっしゃるお客様と笑顔で挨拶を交わしている光景を見て、「教習料金が一番高いけど、自分の子供はこのモータースクールに通わせたい」と思ったそうです。このように、社内勉強会を通じ学んだことを全社員が徹底して行動に移したことで、たくさんある自動車教習所の中で教習料金が一番高い私たちを選んでいただいたというエピソードが一番印象に残っています。

導入に成功した要因は何だったと思いますか？

導入に成功した要因として一番大きいことは、わが社の最高経営責任者である新戸部八州男の人財育成に対する熱意と本気さが社員に伝わったことだと考えます。全社員に対して月刊『理念と経営』の本を購入するとなれ

ば、当然莫大な経費がかかることになります。しかし、経費をかけてでも社員に伝えたかったことは、社員の成長なくしてわが社の成長はないという本気の念いです。社員にその本気さが伝わり積極的に学ぼうとする姿勢が出てきたことこそ導入の成功要因と考えます。

『理念と経営』社内勉強会を開催するにあたり工夫されていることは何ですか？

社内勉強会を開催するにあたり工夫していることは、年齢や役職を問わずまた、世代間の価値観が違う中で敢えてミックスさせ、様々な意見が出るようなグループ編成をすることにしました。またグループの自主性に任せたとすることも工夫したことといえます。例えば進行役なども固定するのではなく交代制にしたり、食事をしながら社内勉強会を実施する等グループ毎に工夫を凝らしているようです。会社に言われて仕方なく社内勉強会をやるというのでは

なく、社員個々が能動的且つ自主的に社内勉強会に臨むことができるようにしています。



社内では、どのような職場内教育(OJT)に取り組まれていますか？

社内でのOJTは会社全体として、また部署ごとにも積極的に行なわれています。そのOJT内容の決定に関して、個々の社員が自らを成長させるために必要と考えるOJT計画を作成、その後所属上長と面談を重ねた中で決定し

実施するようにしています。所属上長との面談により決定したOJTであるため、社員の成長に対するサポート体制もしっかりとでき、その効果は大きいと考えます。これらのことからOJTの狙いは、社員の成長を促すと共に、所属上長にも意識付けを行ない、相乗的に人財育成をしていくことであると考えます。

他社にお勧め頂ける月刊『理念と経営』の良いところがあれば、教えてください。

月刊『理念と経営』の良いところは、書籍に親しむ大きな機会になるということです。人間は互いに育った環境も経験も違うため、当然価値観が違います。書籍は世間一般の価値観と捉えることができるため、自らの価値観とは違った価値観に接する機会とも考えることができます。しかし、人から言われる価値観と書籍から得る価値観とは書籍から得るほうが素直に受け止めることができると

考えます。良く異業種交流会で話をすると、会社組織として価値観教育に苦勞することが多いと伺います。月刊『理念と経営』を学ぶことで会社組織として苦勞している価値観教育を推進させ、更に社内のコミュニケーションを活発化させることで社風も改善されるなど、様々な恩恵を得ることができていると感じます。今後の社員教育を真剣に考えている経営者や教育担当者の方々には、是非月刊『理念と経営』を活用した人財育成をお勧めしたいと考えます。

御社における人財育成の位置づけや、それにかかる念いを教えてください。

わが社における人財育成の位置づけは何よりも優先順位が高いものです。今回一貫して人財育成の材を財に置き換えて書いているのは、わが社は個々の社員を会社の一番の財産として育成するということの宣言です。これは、最高経営責任者である新戸部並びに経営陣全てから世の中に対する宣言であると共に、社員である私たち自身も私たちは会社の財産であるという誇りを持ち、今後も自ら成長し続けますという会社に対する決意表明

でもあります。わが社の人事理念である「人の成長こそ、わが社の成長です。一人ひとり自らの無限の可能性に挑戦し、会社はその成長に最大限の支援を行ないます」を全社員が信じ、それを貫き通します。何故なら『理念と経営』社内勉強会を通し学んだことによって、お客様から寄せられる激励のメッセージ内容や顧客満足度指数の劇的向上に大きな結果が集約されているからです。社員が生き生きと働き、素晴らしい人生を送るために今後も全社員で学び続けます。



「理念と経営」社内勉強会 マンネリ打破のポイントはカエルです!



社内勉強会が「マンネリしてきたかな?」と感じたら、ちょっとやり方を変えてみましょう。すぐに実践できる10項目を集めました。

マンネリ解消法 その1 時間をカエル

ポイント 「ちょっとマンネリかな?」と感じたら、開催時間を変えたり、開催のタイミングを変えたりしてはどうでしょうか? いつもとは違う気分で行えたり、思わぬ効果が生まれやすくなります。



マンネリ解消法 その2 進行役をカエル

ポイント 「社内勉強会」の進行役が変われば、進行方法や進行スタイルが変わります。コメントの内容や質問も変わります。いつもとは違う進行が、「社内勉強会」を新鮮にします。

マンネリ解消法 その3 メンバーをカエル

ポイント 「社内勉強会」に参加するメンバーが変わると、いつもとは違った考え方や意見を聞けます。違う視点は新しい学びや気づきに結びつきます。同じ会社でも部署や立場が違えば、見方も考え方も変わります。異なる意見や価値観を知って学びを深めよう!



マンネリ解消法 その4 方法をカエル

ポイント 学びのための方法はいくらでもあります。同じやり方だけでなく、少し変わったやり方にチャレンジしてみれば?

マンネリ解消法 その5 設問をカエル

ポイント 質問が変わると、返ってくる答えが変わるように、設問が変われば、議論の内容も変わります。準備された設問を使うのではなく、設問を作ってみてはいかがですか? 設問を作ることもまた新たな学びです。

マンネリ解消法 その6 場所をカエル

ポイント 場所が変わると、雰囲気が変わります。自由に発言できる雰囲気になったり、あるいは違う視点で発言したりできます。「空気・場」が変われば、発言内容も変わりますよ。

マンネリ解消法 その7 呼び方をカエル

ポイント 思いきって呼び名を変えてみてはどうでしょうか? 「勉強」と聞いただけで遠慮したくなる気持ちになる人がいるかもしれません。みんなで楽しく学べる会になるように、それに相応しい名前をみんなで考えてみてはいかがですか?



マンネリ解消法 その8 回数をカエル

ポイント 「社内勉強会」を開催する回数を変えてみましょう。月に1回と限らなくてもいいのです。月に2回でも、3回でもいいんです。中には毎週勉強会を開催する会社もあります。

マンネリ解消法 その9 加エル(くわえる)

ポイント これまでのやり方に、いろんなことを加えてみましょう。学びが深まるルールを加エル。勉強会の中でやる内容を加エル。いろんなことを加エルことで相乗効果が起きるかも?

マンネリ解消法 その10 自分をカエル

ポイント 私達が成長することが、理念と経営「社内勉強会」の目的です。成長とは、「過去とは異なる視点を持つこと」、「過去できなかったことができるようになること」です。自分の視点や、勉強会に対する意識が変われば、「社内勉強会」から学ぶことも多くなり、意欲も高くなるでしょう。



逆境にも負けない強い社風を 創り出すことができた事例

飲食業

北海道 株式会社金剛園

企業紹介 弊社は北海道苫小牧市及び千歳市、恵庭市で焼肉店を7店舗、牛たん専門店を3店舗経営しております。
2015年は、おかげさまで創業30周年を迎えることができました。これもひとえにお客様やスタッフ、仕入先の皆様に支えられ今日を迎えたと思っております。

代表者 須藤 精作 導入時期 2007年当初
社員数 200名(パート含め)



自分を認め他の人も認める力、聴く力、 考える力、これらの力を積み重ねることによって 一致団結できる強い社風を作っている

月刊『理念と経営』をお知りになった経緯を教えてください。また、『理念と経営』社内勉強会の導入を決めたきっかけは何でしたか？

弊社の代表が株式会社日本創造教育研究所の研修に参加し、『理念と経営』社内勉強会のことを知りました。学習する組織にしていきたいと思い、導入を決めました。

『理念と経営』社内勉強会を導入して気づいたことや学んだことなど、ご自身の体験談をお聞かせください。

社内勉強会では同じ設問表を通して社内の色々な考えや意見を聞くことによって、自分では気づけない考えや違った視点で物事を考えることができ、前向きに仕事ができるようになりました。



『理念と経営』社内勉強会導入時の御社の課題には、どのようなものがありましたか？

導入当初から、各スタッフとも前向きに社内勉強会に取り組んでくれました。新たに勉強する意識の高さがありまし

『理念と経営』社内勉強会を導入したことで、会社に起きた変化を教えてください。それは、どのくらいの期間が経ってからでしたか？

弊社は社内勉強会を定期的に行っており、月に1度、9年間開催しています。スタッフ一人ひとりが一つの

た。しかし続けていくと、社内勉強会に参加するスタッフのモチベーション維持と社内勉強会のマンネリ化が課題となってきました。参加する意義や目的がはっきりしないまま進んでいたり、いつも同じスタイルでの社内勉強会になったり、このままで良いのかという疑問が湧いてきました。

テーマを自分で考え意見を述べ、他のスタッフの意見も聞くことで、自分になかった考え方が勉強になると感じているスタッフが多いです。自分を認め、他の人も認める力、聴く力、考える力を積み重ねる事によって、皆が一致団結して、社内勉強会を始める前より逆境に負けない力強い社風になりました。また、1年～2年たった位からスタッ

フ間のお互いの考え方のすり合わせや、会社の基本理念の浸透となり、一人ひとりの考え方の方向性が、社内勉強会を重ねるごとにまとまってきました。また、他

部署の方との接点があり、仕事のコミュニケーションがとりやすくなっています。

導入したことで、お客様や取引先様から寄せられたお誉めの言葉や喜ばれたエピソードがあれば教えてください。

社内勉強会での積み重ねが現在の社風になり、お客様や取引先様からスタッフをお褒め頂くことが増えています。また社内勉強会で学んだ価値観をそれぞれの店舗で活かすことにより、どの店舗に行っても同じ接客やお料理を提供できるなどベクトル(方向性)が合ってきています。



『理念と経営』社内勉強会を開催するにあたり工夫されていることは何ですか？

主に工夫していることは定期的にリーダーを変えることで

す。リーダーになった方は毎月社内勉強会がより良いものになるように考えたり、リーダー以外の方はリーダーを補佐し協力するなど、お互いの立場を経験することで、社内の会議にも役立てられています。

社員さんが、学んだことを仕事に活かすため、どのような取り組みをされていますか。

業種・業態を問わず顧客満足についての事例がとても多

く、学びや気づきを活かして、社内勉強会スタッフが率先して「お客様満足」を得られるよう、接客・調理・総務さまざまな部門で真剣に業務に取り組んでいます。

社内では、どのような職場内教育(OJT)に取り組まれていますか？

『理念と経営』社内勉強会、接遇の勉強会、調理勉強会など、お客様に安心、安全な商品をお届けし続けるため、

また自分達の向上の為、体制作りや活動に積極的に取り組んでいます。継続的に続けることで、全体のレベルアップにつながっています。

他社にお勧め頂ける月刊『理念と経営』の良いところがあれば、教えてください。

毎号全国の躍進されている企業様や経営者のお話が掲載されており、その時にあったやり方やスピード感を学べ、

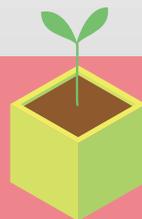
仕事をする上で大変参考になります。また毎号ごと設問表があり、社内勉強会の開催が導入しやすいです。中小企業が学習する組織に社風改善するためには、必須の教科書です。

御社における人材育成の位置づけや、それにかける念いを教えてください。

「みんなのいい顔がみたいから」という念いで弊社は30年歩み続けています。みんなとはお客様であり、同じ職場で働くスタッフでもあります。喜び・感動をお客様と共に分かち合える人財を、理念を基に社内勉強会を重ねながら日々成長していく会社でありたいです。



一念



株式会社コスモ教育出版

〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町2-42-9 浜町中央ビル5 F
TEL 0120-519-114 URL <http://www.rinen-mg.co.jp/>