

ロハス de 労務管理

☆ ロハスとは、Lifestyles of Health and Sustainability の略で「健康で、環境を壊さずに維持できるライフスタイル」という意味です。

今回は、前回から引き続き「町工場の娘」をご紹介します。「3年の改革」を終えたダイヤ精機の社長、諏訪貴子氏は、次に取り組むべきテーマとして、「人材の確保と育成」を掲げました。その当時の景気は悪く、しかし、中小企業にとっては、景気が悪い買い手市場の今のほうがチャンスだと考えたからです。そして、もう1つの理由は、ダイヤ精機の超精密加工技術を次世代に継承する必要性を強く感じたことでした。

2. 体当たりの「人材育成」

貴子氏が社長に就任した当時、社員の平均年齢は53歳、若返りは急務でした。しかし、ハローワークに求人票を出しても、応募はほとんどなし。ダイヤ精機的设计・製造するゲージや治工具は、日本のものづくりを支える重要な製品ではありますが、若者には全くなじみがなく、入社しようという気持ちを引き出せませんでした。

◆若者採用プロジェクト

若者へアピールするために、まずは、ホームページや会社案内の手直し。これらを作成するにあたっては、10代～20代の若者の「親」を意識。若者が「この会社に応募してみよう」と思ったとき、「この会社なら大丈夫」と最後にその背中を押すのは、親です。その親の目線で一番気になるのは、「どんな仲間と働くか」ではないかと考え、社員達の仕事風景や社長の笑っている写真をたくさん載せ、明るさ、親しみやすさ、働きやすさが親にも伝わるように工夫しました。表紙には光沢のある黒地を使い、ダイヤ精機が自動車と関わりの深い企業であることがわかるようなデザインを施し、経費削減のため、社長自身がグラフィックデザインソフトを使って仕上げました。

また、モノづくり企業展にも出展し、自社製品の写真よりも、会社の雰囲気わかる写真を多く展示し、若者にアピール。ハローワークの求人票も、大きく変更。以前は、即戦力が欲しいという思いから、経験者のみを対象としていたのを、未経験者も採用し、ゼロから育て上げることに方向転換したのです。インターンシップの受け入れ、トライアル雇用制度の活用等、それらの効果で、やがて数十人の入社希望があり、3次面接まで行って絞り込むほどの人気企業となりました。

◆社長との交換日記

自分が新入社員だったときに毎日つけていた業務日誌。「日誌は、新人を襲う漠然とした不安の解消に間違いなく効果がある。」と考えてダイヤ精機でも導入。業務日誌と名付けると堅苦しいイメージなので、あえて交換日記と呼び、気楽に書いてもらうことにしました。

日記のやり取りは若手生活相談係が管理します。新入社員の書き込みを若手相談係と社長とで回覧し、疑問に対する回答や悩みへのアドバイスを書き込んでいく。日記を交わして1ヶ月が過ぎたころ、「自分は成長したかな？」と読み返すと「最初はこんなこともわからなかったのか」と思い出し、成長を確認できます。生活相談係や社長からのアドバイスされた点をまとめれば、日記は、「自分だけの辞書」となり、その後、仕事がぐんとやりやすくなるのです。

◆ベテランの力も最大活用

ベテランもまた力を発揮できるように体制を整えました。定年は70歳とし、本人が希望すれば70歳を過ぎても働き続けてもらうようにしました。さらに、「午前中だけ」とか「10時～17時」などと各人の体調や希望に応じて働く時間、働き方を自由に決められるようにもしました。若手

社員には、ベテランから技術だけでなく、会社を愛する精神、仕事に向き合う姿勢など、たくさんものを学んで欲しいと思っています。

3. 明日のための「フロンティア開拓」

◆「勇気ある経営大賞」にチャレンジ

「新しいフロンティアを開拓するためにも、ダイヤ精機の名を全国に広めたい」という強い思いから、お金をかけずにダイヤ精機の名前を売る方法を考えて、思いついたのが、東京商工会議所が主催する「勇気ある経営大賞」への応募。この賞の評価項目は、「大きなリスクに挑戦したか」「高い理想を追求したか」などでした。「うちのような小さな町工場が大賞を取れるわけがない」と、社員はみな猛反対でしたが、それでも社員を説得し、何とか応募。結果、大賞は獲れませんでした。優秀賞を受賞。次に狙ったのが、「東京都中小企業ものづくり人材育成大賞」。知事賞獲得を狙い応募しましたが、こちらも奨励賞にとどまりました。しかし、応募したことによりダイヤ精機の名前はじわじわと広まりました。予期せず、「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2013」に「創業者の娘として経営難に直面していた会社を立て直し、さらに中小企業振興のための情報発信を続けている」として社長が選ばれました。この受賞がきっかけで、ダイヤ精機の知名度は格段にアップ。それまで付き合いのなかった企業から続々と問い合わせや発注が相次いだのでした。

◆ものづくりの輝きが見たい

ダイヤ精機は、東京都大田区という町工場の集積地にあります。この町工場の多くは、従業員9人以下であり、経営基盤は脆弱、全体の数も減りつつあります。しかしながら、今も技術の継承に前向きに取り組む町工場の経営者は少なくありません。工場の減少に歯止めをかけ、何とかものづくりの町としての力を維持して行きたいと、貴子社長はいつも考えていました。ダイヤ精機に「生産管理システム」を開発、導入した時も、当初から「他の中小企業が真似できるようなもの」を想定して導入しました。次に取り組んだ「人材確保・育成」というテーマも多くの中小企業に共通する経営課題であることから、講演時には、その話も盛り込んでいます。

今では、ダイヤ精機の取組みに興味を持った全国の経営者の方々が月に2~3組、見学に訪れます。「独自の取組みで経営体質を強化したのに、ノウハウを公開したら他社も同じように強くなってライバルが増えてしまいませんか？」と聞かれることがありますが、ライバルが増えるのは大歓迎。中小企業同士が切磋琢磨し、より強い企業に成長できたら、日本は明るい。ものづくりに活気を取り戻し、職人が輝く姿、大田区が輝く姿、日本が輝く姿をこの目で見たい。

それが大田区で町工場を営む貴子社長の、大きな大きな夢なのです。

今日のへるしー！

★ 愛の気功 ★

「愛の気」を使いこなすためのコツ、「愛の気功」というものがあります。その5大ポイントが、1. 進んで損をする 2. 毎朝合掌する 3. 人を見たら神様と思う 4. 愛されていると信じ切る 5. あるがままで過ごす です。その中から1.と3.をご紹介します。

1. 「進んで損をする」… 弱い人、最も損なクジを引いた人から順に、神様は助けてくれます。例えば、スーパーでは賞味期限ができるだけ短いものを買いましょう。電車やバスは最後に乗り、最後に降りましょう。こんなことでも、続けているうちに何かが変わり、ある日「世界はこんなふう回っているんだ」と気づくはずですよ。
3. 「人を見たら神様と思う」… 人と人の中には、神様がいます。神様を通して人を見ると、どんな人も神様になり、いい人になります。もし、目の前の人が悪魔に見えたとしても、それも神様の取り計らいです。神様だと思えば、どんな人でも自然と大切に思えます。そうすると、悪いことは決して起きません。

発行

〒815-0041

福岡市南区野間 1-11-25-910

OFFICE IWASAKI

社会保険労務士 岩崎厚美

TEL 092-552-8379

FAX 092-405-0301