

## 四国管財

社員満足優先で  
”気づかろう心“を  
育てる。

「当たり前のことを当たり前にするところこそが、感動につながる」と、四国管財の中澤清一社長は働きやすい環境づくりと基本事項の徹底に努めた。スタッフの不平不満を一つひとつ丁寧に改善。会社から大切に扱われることでスタッフは心に余裕が生まれ、それが客を気づかう姿勢として表れてくる。



四国管財株式会社  
 設立/1962年  
 本社/高知県高知市  
 代表/中澤清一  
 資本金/1000万円  
 売上/11億5000万円  
 事業内容/ビルメンテナンス、病院サポート業務  
 従業員数/600人(社員・パート含む)  
<http://www.shikokukanzai.co.jp>

口コミで  
客が増える理由

「営業をガンガンしているわけではないのですが民間企業のお客さまが着実に増えています」

と話すのは四国管財の中澤清一社長。高知市内に本社を構える同社は、ビル清掃や警備、駐車場の誘導業務、病院の夜間受付などを手がける企業である。年商は11億5000万円。四国のビルメンテナンス会社のなかでは、清掃部門でナンバーワンの売上を誇る。

四国管財では、口コミで評判を聞いた法人客から、仕事を頼まれるケースが非常に多い。それだけ評判が高いのは、スタッフのクオリティが高いからだ。

「おはようございます!」と気持ちよくあいさつし、キビキビと丁寧に掃除をする。当たり前のことだが、意外とできないことだ。四国管財のスタッフは、それが徹底されている。

同社は、主婦や学生、定年退職者など、500人以上のパート・アルバイトを現場に派遣しているが、クオリティは変わらない、という。

「ある病院では、院内スタッフを対象とした表彰制度に、弊社



新人・ベテランに関わらず、すべてのスタッフが定期的に研修を受けている

四国管財の清掃スタッフ。ビルのクリーニング技術だけでなく、感じの良さも売りだ

の清掃スタッフのリーダーが選ばれました。ありがたいお話です」(中澤社長)

「物を壊した」「掃除していない部分がある」といったクレームが生じた際の対応も見事だ。

同社では、トラブル発生後、5分以内に本社に連絡し、3分以内に責任者が対応策を打ち出すことを義務づけている。責任者には365日24時間体制で連絡がとれるようにしている。つまり、8分以内には客に対応策を伝えるわけだ。こうして、トラブル対応の遅さから余計に怒らせることを防いでいる。

物を壊した時は、価格に関わらず、弁償する。紙袋をどけた時に底が破けたら、紙袋を弁償するという。弁償が難しいことでも最大限の努力をする。たとえば、客先で会社上場記念の置き時計を壊した時は、ネットオークションで同じ型の時計を探し出し、名入れ業者に寸分たが

わぬ名入れを頼んで復元したそう。同じ時計は戻ってこないとはいえ、ここまでできれば客は感動を覚えるのではないだろうか。

「大げさなことをして、お客さまを感動させたいわけではありません。壊したら弁償する。当たり前のことを当たり前に行っているだけです。そもそも、トラブルは無いにこしたことはありません」(中澤社長)

### 当たり前のことを忘れていた 自分に気づく

日常業務で客に感動を与えられる——。このような状態を作り上げるまでに、中澤社長は20年間、試行錯誤をしてきた。

もともと、四国管財は中澤社長の父が創業した会社だ。先代が亡くなったことを受け、20年前に跡を継いだ。その時、実感したのは、清掃業務に対する

イメージの低さだ。

「一番ショックだったのは、社員が、『自分の家族には仕事の内容を内緒にしている』と言っていたこと。それを機に『当社の社員とご家族の皆さんが自慢できる会社にしよう』と誓ったわけです」(中澤社長)

まずは、清掃レベルを高めるために、ワックスやモップなどの資機材を研究し、最新のシステムを取り入れた。安くサービスを提供しよう、と人件費を下げることにやっきになった。

しかし、中澤社長は、5年前に、自分の方向性が間違っているのでは、と気づいた。同業者の団体が実施した顧客アンケートを読んだのがきっかけだ。

「お客さまの要望の第1位は、値下げでも光沢の質でもない。85%の方が、『スタッフのあいさつ』と回答していたんです」(中澤社長)

この時、中澤社長は「当たり前前のことを当たり前にする」大切さに気づかされたという。同時に、当たり前前のことを徹底す





「10年前は、大学生に見向きもされませんでしたでしたが、会社の社風を明確にすると、就職説明会などにも志のある人が集まるようになりますね」と語る中澤社長



社内報「つもうろ」。誌面は、社長のメッセージを伝える場であり、スタッフの意見に答える場であり、クレームの対応策を学べる場である。スタッフだけでなく、すべての客にも配っている

れば、感動すらしてもらえないかもしれない。そう考えたそうだ。

### 社員満足高めれば 心からの笑顔が生まれる

中澤社長は「笑顔と挨拶と報・連・相の徹底」をスローガンに掲げ、社内の改革に乗り出した。

最も力を入れたのは、社員満足度を高めることだ。

「スタッフが働く環境に満足していなければ、心からの笑顔になれないし、気持ちの良いあいさつもできないと思ったのです」(中澤社長)

社員や数百人のパート・アルバイトから、仕事の不平不満を吸い上げるようにした。社内報で、「不満があれば、メールでも電話でも手紙でもかまわないから、私に連絡してほしい」と伝え、不平不満を聞いたら、そ

の改善策を社内報に載せた。

「聞くだけで改善策がなければ、スタッフは納得しません。これを続けた結果、今では子どもの進学相談まで受けるようになりました(笑)」(中澤社長)

改善策は次々と実施した。「スポンジが使いにくい」と聞けば、すぐにスポンジの種類を変えた。「家庭の事情で仕事内容を変えてほしい」と言われれば、嫌がらずに応じた。

福利厚生も充実させた。花火大会では社員のために見晴らしの良いホテルの部屋を確保。クリスマスには社長扮するサンタクロースがプレゼントを持って、スタッフの家庭を回った。年越しそばも社長自ら配った。

このように会社から大切に扱われれば、スタッフも、心に余裕が生まれる。自然と客を気づかう姿勢も出てくるだろう。

そんなムードを作り出した上で、中澤社長は、スタッフのレベルアップを図った。ベテランスタッフにもあらためて研修をしたり、小さなミスでも吸い上げて、対処策を社内報に載せたりした。

客を気づかう姿勢さえあれば、スタッフは、厳しい指摘でも受け入れるものだ。こうしたサイクルをつくることで、四国管財は、スタッフの質の向上に成功したわけだ。

もともと中澤社長はまだ満足していない。2006年から研修のカリキュラムを大幅に変えた。

従来の研修では、現場で取るべき行動を細かく教えていたという。しかし、新カリキュラムでは、経営理念や行動規範の勉強会を中心にした。仕事については、現場の事例を紹介し、あとは自分が配属された現場の状況に応じて、個々で判断する形に変えたという。

「やってはいけないことを注意するばかりでした。今の仕事がある程度評価されているので、そのレベルを維持したかったです。これではバージョンアップは望めません。『経営理念からズレなければ、個々の判断で行動してもいい』。自分で考えて行動できるスタッフを育てたいと考えています」(中澤社長)

(文・杉山直隆)