

エアコンキャンペーン真っ最中

7月に入り、福岡の夏といえば博多祇園山笠です。

今年は何とか復活しにぎわいが戻ってきます。

彩花の夏もエアコンキャンペーン真っ最中で対応に追われています。

毎年ご依頼いただけるお客様が増え、スタッフがきちんとお客様とつながっていることに嬉しく感謝するこの夏です。年々、暑さが増えています。

熱中症にはくれぐれもお気を付けてお過ごしください。



糸島の朝日

喜んで頂ける仕事の大切さ

毎月初めに、担当者よりお客様宛にお掃除予定のお電話を入れさせて頂いています。

しかし、担当によっては連絡が遅れることがあります。遅れる理由として考えられることは、「仕事が作業になっている」ために電話をかけることが苦になっているのです。お客様との対話を通して、人間的な成長をしていくと言う以前の問題のように感じます。予定の連絡が遅れてしまうと、予定がズレて入れられなくなる。

そうすると「お掃除をご利用頂けない」状態になります。お客様の予定を把握することは仕事を作ることなのです。いかにお客様の予定を把握できるかが重要で、担当者の成長にも繋がると考えています。

「予定を把握する」と言うのは、勝手に予定を立ててしまうのではなく、

お客様とのコミュニケーションをとりながら関係性を深め、

お仕事を任せて頂く事なのです。

そのような関係が築ければ、お客様からも色々な仕事をお任せ頂けるのではないのでしょうか。



お客様からのアンケート

お客様を訪問する際アンケートのご協力をお願いしています。今回嬉しいお言葉を頂戴しましたのでご紹介させていただきます。『今回初めて利用させていただきました。ネジを止めるカバーが1つ外れていたことを最初に教えていただき(通常使用には無くても問題なしのことも) 気になっていたエアコンフィルターの巻き込みもなくなりホッとしました。お掃除も丁寧に音が大きくなる作業の前に教えてくれました。我が家は犬がいるので、すぐに抱っこして吠えさせずに済みました。

また自分で出来ない掃除をお願いしたい時は、こちらの会社をお願いしたいです』

エアコン清掃に入らせて頂いた際、作業するだけではなく機械の動きや状況などを報告して作業に入ります。

そして環境に合わせた会話の中で、今回は室内に愛犬がいたので抱っこして頂く等のコミュニケーション作りができました。

お住まいの状況に合わせた会話でお客様からの信用を得る事が出来、今後の仕事につながっていく可能性もあります。

このような臨機応変な対応が出来るスタッフがいて嬉しい限りです。



人を動かす

人を動かすということは難しいことです。仕事を一人ですることは、他に気を使わずやれるので楽です。

しかし、自分の成長がなく仕事の効率も上がりません。仕事は作るものであって、人から与えられるものではありません。「自分の行動を変えることによって、他者の行動も変えられます」相手の優れているところをストレートに伝えることによって相手に重要感を持ってもらえることもできます。

リーダーとしてやるべきことは、笑顔で対応し、自分で気づくように仕向けることです。昔の職人さんは、「自分がやっているところを見て覚えろ」といったやり方でしたがそんな時代ではありません。

当社では、顧客台帳を作成して、現場情報を書き込むようにしています。

その情報で、メンバーとやり取りして支持を仰いでいます。

＜人を動かす三原則＞

- ・盗人にも五分の理を認める
- ・重要感を持たせる
- ・人の立場に身を置く

世界が「老舗」に注目

《25周年》

「おかげさまで25周年！」クリーン彩花のホームページの最上段、社名のすぐ横に掲げられていることです。25というと、生まれた子どもが社会人となり、そろそろ結婚かというトシです。個々人の人生に重ねると、その数字には悲喜こもごもの感慨がこもる年数だと思えます。

じつは人間同様、会社も一つの生命体です。成長・衰退のサイクルをもち寿命から離れることができません。今から40年ほど前のこと「会社の寿命30年説」といのが話題となり新聞等をにぎわしたことがありました。それ以来、日本企業の寿命が繰り返し問われ、社会や時代の一つの評価指標となっています。

先日、東京商工リサーチが「2021年の倒産企業の平均寿命23.8年、3年ぶりに上昇」という調査結果を発表しました。一方、「業歴30年以上の“老舗”企業倒産の構成比33.8%、15年間で最高に」という結果もありました。

《日本は世界一の老舗大国》

会社の平均寿命をめぐる議論とセットで必ず出てくるのが「老舗（しにせ）」という存在です。

じつは日本は世界に冠たる「老舗大国」です。日経BP社が2年ほど前に「世界の長寿企業（老舗）ランキング」といのを発表しました。それによると日本には創業100年以上の会社が33,076社あり、米国(19,497社)を大きく引き離して世界トップ、世界の長寿企業の41.3%を占めています。

歴史を刻んできた「老舗」が全国津々浦々に存在するというのは世界からすると“非常識”でアンビリーバボーなことです。大半の国々で会社は一世代のものである場合が大部分。

ところが日本では金剛組（578年に創業）、西山温泉慶雲館（705年同）、田中伊雅仏具店（885年同）と、100年企業どころか1,000年企業がぞろぞろ出てきます。金剛組は聖徳太子が四天王寺を建てるために百済から招いた宮大工・金剛重光によって飛鳥時代に創業されたものです。

一方、ブランドビジネスの雄ルイ・ヴィトンの社歴はというと168年でしかありません。

《ファミリービジネスの強さ》

世界にある創業100年以上企業の41.3%（200年以上企業だと64.0%）が日本一国にひしめいている要因は様々にありそうですが、創業者ファミリーが経営の中核を担う「ファミリービジネス」という会社形態そのものに秘訣がありそうです。じつはいま、経済の持続的発展をもたらす原動力として世界中でファミリービジネスへの関心が欧米はもちろん、中国でも急速に高まり、ビジネススクール等で日本の老舗の研究がすすめられています。

その結果、100年続く企業の強さと条件が徐々に明らかにされつつあります。

第一は、「変わり続ける」「変化を恐れない」「時代にあわせて工夫する」ことの大切さです。

第二は、いたずらに浮利を追わず、お客様の長期の信頼を得ていく経営の姿勢です。

そこには、日本では最後は人や人間関係を見る（アメリカではモノを見る）という社会的・文化的背景がありそうです。

第三は、第二とも関わりますが、地域に根ざした「三方よし」の経営です。

《50年企業へ》

先に数字をあげましたが、老舗企業には代表者の高齢化や後継者育成の遅れなどで、事業承継がすすまず廃業や倒産するところが少なくありません。幸いに、クリーン彩花は昨年、初代から第二代への事業承継（社長交代）という大きな節目を迎え、50年企業への歩みが始まっています。

先にあげた「変わり続ける」「お客様の信頼」「地域に根ざす」という老舗企業の成立条件はクリーン彩花が大切にしてきた価値そのものでもあります。

これからさらに社歴を重ね、「福岡×お掃除×老舗」と検索してクリーン彩花が検索結果の最上段に出てくる日を楽しみたいと思います。

