

仕事によって得られる喜び

今年の夏は暑さが厳しく、夏バテなど体調をくずされてないでしょうか？
この暑さの中でも彩花のスタッフは暑さを吹き飛ばし、明るく頑張っています！

仕事によって得られる喜びには ① 能力を発揮することができる
② 他人や社会の役に立つことができる ③ 報酬を得られることができる
これら3つの要素が重なり合うと喜びが生まれます。

一生懸命仕事に取り組んだという達成感や、その結果を他の人から認められたことなどによる精神的な満足も大きな部分を占めます。
この喜びの大きさを味わいながらこれからも仕事に励んでいきます。



家族・地域が商売の原点

今の時代、家族の繋がりが薄くなっているように感じます。お盆が来るとつくづく昔と違うなと思います。主力産業である農業などの地域産業が時代と共に変わり、生活感が無くなっていて、地元は若い人が街に出ていき、年配の方ばかりの人口になっています。そのため子供がいない寂しい田舎となっており、あと10年経つとどうなるのかを考えると悲しくなります。継承する子供が実家を離れたら、その子供(孫)は故郷がありません。実家は「お父さん」の家です。世代を繋いでいかないと故郷は存続しません。お盆に故郷に帰ってきて盆踊りに参加する人も少ない、この時代の変化に家族という繋がりが薄れてきていると感じます。時代の移り変わりの速さに年寄りがついていけない訳がありません。家族という考えを日本人としてずっと繋げていきたいものです。私は会社を経営して28年になります。自分ひとりではじめた会社が、今では25名のスタッフに囲まれて仕事をしています。ここまでこれたのも田舎で育った風習と、家族の繋がりの考えがあったおかげではないかと思えます。スタッフも、学校や家の用事などは優先してもらい、家族を大切に時代を繋いでいってほしいと思っています。



顧客カードの大事さ

定期のお客様はそれぞれの担当が管理していますが、その担当が作業に入れるとは限りません。その場合、他のスタッフが代わりに行くのですが、つい作業だけで終わってしまいがちです。例えば、部分的に汚れが目立つようになっていても、そのことを担当者に伝えていないため、汚れた状態のままということが発生します。そうした問題を防ぐのが顧客カードなのです。ところが、顧客カードに作業情報を記入し忘れたり、伝達すべき事項を記載していなかったりということが生じると、顧客カードの役割を果たせないことになってしまいます。患者のカルテがそうであるように、顧客カードを元に現場状況とともに、お客様が何を求められ、どう感じておられるかをスタッフ間で共有しないとイケません。顧客カードの大事さをスタッフに周知し、内容を密にしていきたいと思えます。それと共に、作業前と終了後の電話連絡も必ず行うよう、お客様との関係そのものをトータルに持続・進化させていきたいと思えます。



掃除は心を磨く

心をキレイにするために心を取り出して磨くことはできません、人はいつも見ているものに心も似てきます。なので心をキレイにするには目の前の見えるものを磨くことだと考えます。掃除をしているときは、いつもキレイな気持ちで取り組んでいます。掃除をしながら、人をだましてやろう、誰かを陥れてやろうなどと考えることはありません。また人を憎んだり、恨んだりするような気持ちになったこともありません。心を無にして純粋な気持ちで取り組めるのが掃除です、掃除には精神浄化作用があるように思います。とくに人がいやがるトイレをキレイにすると気持ちがスッキリし、素直(純粋)な心になります。そうすると、不思議と先のことがよく見えるようになり不安がなくなります。結果、心が磨かれるのです。掃除は心を磨く大事な習性であります。★ 我社のスタッフもお掃除を通じて人間成長をしています。★



コミュニケーションは動詞の世界

■漫才のすごさ

茶の間でお笑い番組が変わらぬ人気を誇っています。そして新しい感覚の若手芸人が次々に出てきて、「こいつは天才だ！」と思うことがしばしばあります。

絶妙な掛け合いで客を笑わせる「漫才」は日本が誇る芸能だと思います。

やす・きよ、オール阪神・巨人、ツービートにどれだけ笑わせてもらったか知れません。

最近では漫才コンテスト『M-1グランプリ』で一層人気に拍車がかかっています。

そうした漫才の変わらぬ面白さに魅入られながら、ふとそこに人生や人間関係のヒントがいろいろ詰まっているな～と思います。

■掛け合い

日常の暮らしや仕事も漫才同様、掛け合いの連続です。しかし、それがなかなかうまく行かないことが多いのではないのでしょうか。「ちゃんとやったのに伝わっていない・・・」「そんなつもりで言ったんじゃないのに・・・」「あの人の前だと率直なもの言いができなくて・・・」等、悩みはつきません。

コミュニケーションはよく考えたら掛け合い、●×▲の掛け算です。

漫才のボケとツッコミのように、ピタッと息があって、

相互にエネルギーが流れる感覚になると嬉しいものです。

そして気持ちは生きもの、気が通いあっているかは、

人は本能的・瞬間的にわかるから不思議です。



■「おもてなし」の落とし穴

熱さまシート、アンメルツ、のどぬーる等、ヒット連発の小林製薬では「おもてなし」という言葉を社内NG（使っちゃダメな言葉）にしているそうです。「おもてなし」というと、その大切さを語る人も実践している人も、いかにも“いいことをしている”と感じがちです。が、そこには落とし穴があるというのが小林製薬の認識です。本来、サービスは「相手がどう思うか、どう感じるか」に重点を置いて実践することが大事であるのに、自分たちの一方的で自己満足的な「おもてなし」で終わりはしないか、それが小林製薬の懸念です。そこで「おもてなし」をNGワードにしたそうです。

それより、お客様との距離を縮められる双方（掛け合い）の生きたコミュニケーションを大切にしているそうです。マニュアルをなぞるだけの対応や言葉ではなく、真に気持ちがつながり、息があった感情対話になるかどうかをめざすというその姿勢には学ぶところ大です。

■アドリブ

漫才の魅力は掛け合いの醍醐味にあります。予めの筋書きやマニュアルを越えるアドリブの世界です。

それは、「名詞」ではなく「動詞」の世界と言ってもよさそうに思います。

例えば、「愛」（名詞）の大切さは概念として誰でも語れますが、実際に「愛する」（動詞）ことはとても難しいといった具合です。

我が身を振り返ると、決まり文句を繰り返すだけの「気のない対話」に流されてしまうこともままあって反省ものです。漫才を笑いとはばすだけでなく、もっと深く味わわないともったいないと思う今日この頃です。（らく）