

小さな事の積み重ね

日に日に暖かくなり気持ちの良い春風に桜の花びらが揺れる季節になりました。

春といえば別れと出会いがあり人間成長の場があります。

どんな場面でも「与えられた場所で自分らしく咲く」を忘れずに・・・

自分がしている事は一滴の水のように小さいことかもしれませんが、この一滴なしに大海は成り立ちません。小さな事の一つ一つが次の人に繋がって相手の心を優しくしてその優しさが社会に家庭に平和を作り出します。

小さなことを積み重ねて社会に役に立つ経営を目指してまいります。



女性スタッフの成長

今月予定に入っていない整形外科様から定期清掃のご依頼がありました。

3月の木曜日は詰まっていたので、「4月の木曜日はいつでも出来ます」と連絡していましたが、3月にどうにか入って貰えませんかとの事でしたので、何とか予定に組み込み、3名の女性メンバーだけで行くようになりました。

整形外科なので、医療器具の移動が沢山あり、高所のガラス清掃もあります。

そして以前、時間がかかり過ぎてクレームになったこともある現場です。

作業に入ると、16:30までに終わらせて下さいとのご要望だったので、他のスタッフに声掛けをしたら男性1名が応援に来てくれました。この対応がよかったので、時間通りに終わったようです。

院長先生が気にされていた診察室の床の汚れもキレイになりとても喜んで頂きました。

この医院は女性メンバーだけで行ったことはありません。応援に男性が入りましたが、

時間通りに終わらせるのですから凄いことです。女性スタッフの成長には、本当に恐れ入ります。

定期清掃を女性スタッフだけでこなすことができる体制になり、

現場管理もしっかりできるようになりました。

お客様を通じて成長し喜びになっている証です。



作業 + 人間力 = 仕事

仕事はお客様とのコミュニケーション作りが大切になってきます。現場に行き、ただ作業するだけではお客さまとの関係は深まりません。まずお客様の情報を集めてコミュニケーション化することが大事です。

大工さんには大工さんの情報を共有するなど、色々な職業の人に合わせた会話が重要になってきます。

そのことが関係づくりを深めるポイントになるのです。

その情報をマイナスに変換したらよい関係づくりは生まれません。

得た情報を悪いほうに解釈したら、その人との関係は崩れて発展しません。しかし、相手の悪い情報もプラスにとらえて対応することで、仕事にもプラスになり良い方向に進んで行きます。

目の前の仕事をするだけでは作業で終わってしまいますが

気持ちを切り替えて変身させることが仕事の醍醐味です。「作業 + 人間力 = 仕事」が生まれるとともに

「作業 = キレイ」な仕事をするのが一番です。

作業の中でお客様とコミュニケーションを取ることで

クレームが発生してもチャンスになり、クレームはビタミンということになります。

人間力を高めて仕事をしていく

事が大事なことです。



スプリングクリーニング

日本では、聞きなれない言葉ですね。

日本語に訳すると「春の大掃除」ということになります。

諸外国ではこの「スプリングクリーニング」が一般的です。

日本の風習は、寒い冬に耐えながら一生懸命掃除します、みんながやっているからできることです。

でも、視点を変えて見ると「スプリングクリーニング」は

とても利に適っています。

- ①冬は温度が低いので汚れ落ちが悪い
レンジフードの油污は温度が低いと固まるため、洗剤をたくさん使用しないと汚れが落ちない
しかし春なら気温が暖かく、寒い冬より活動しやすい
窓も開けられ、冬より日も長いので時間もたっぷり使える
- ②静電気が起こりにくい春・夏のほうがホコリを掃除しやすい
- ③新生活に合わせて使い勝手よく模様替えできる
部屋に持ち込んだ花粉もスッキリ!
- ④水回りなど、カビが繁殖する前に掃除をしておくことで良い
掃除のついでに湿気が多い梅雨のための準備ができる

「スプリングクリーニング」に
チャレンジするのはいかがでしょうか♪



新聞のチカラ

■ばあちゃん新聞

昨年の秋のことです。「うきはの宝株式会社」を経営する友人・大熊充さんから郵便が届きました。そこに入っていたのが「ばあちゃん新聞」第1号でした。うきはの宝は“75歳以上のばあちゃんたちが働ける会社”をめざし、ばあちゃんの知恵と特性を活かした食品の製造・販売や食堂事業をうきは市を拠点に行っていました。それが新聞を始めたのでした。

「ついに爆誕?!」「ばあちゃんたちの知恵とパワーを伝承」「全国のライターがばあちゃんを取材!」という宣伝文句つきです。これは凄い!と意表を突かれました。



年間5,980円(税込・送料込)
毎号 330円(税込・送料別)
郵送で全国どこでも届きます。

■SNS時代だからこそ

新聞創刊の狙いとして、「SNS等では得られない“暮らしのヒント”や“生きる知恵”になると思い、新聞という形で多くの方と分かち合えればと思っています」という言葉が添えられていました。ばあちゃんたちの人生の歴史、ばあちゃんレシピ、ばあちゃんたちのファッション、フットケア等、ほのぼののほっこり癒される記事が毎号満載です。しかも号を追うごとに紙面は読みやすくなり、飽きさせません。この新聞が最近話題となり、NHK・TBSなどのテレビ、新聞各紙、雑誌で次々と紹介され、福岡県立図書館の閲覧コーナーに配置されるまでになっています。SNS時代だからこそ、アナログで素朴な新聞は何とも言えない魅力です。

■新聞は気持ちを運ぶ

商品とお客様、会社と市場、会社と社会をつなぐのがメディアの役割です。そのかたちは時代によって変わることがあっても、質的な役割は変わることがありません。「ばあちゃん新聞」が登場し、地域に暮らすばあちゃんの知恵と人生、パワーに学ぶという人の輪が水紋のように広がり、新しい仕事や事業につながっていく様は感動的です。足元を振り返ると、この「彩花新聞」も202号を迎えました。毎月欠かさずことなく、手づくりで発行され続けて17年。隣人として凄いと思います。“お掃除”という地味な仕事をとおして出会った気づきや知恵、お客様とのエピソード、経営の模索など、様々に書き連ねられてきました。

■お客様と直接つながるために

彩花新聞200号に「ダム経営」ということで、「定期契約していく事がダムに水を貯めることではないかと、飛び込み営業をしてきました」「直接お客様と接し、下請けではなく直接契約をめざしてきました」「そのことのお客様との関係が深まりました」という一節があります。毎月150人のお客様に手渡しされる彩花新聞は、ばあちゃん新聞と同様、つくり手の熱い気持ちをお客様に直接届け、つながりをつくる最強のメディアだと思います。彩花新聞が会社とお客様、会社と未来の懸け橋としてこれからも号を重ねて行って欲しいと思います(らく)