



ありがとうの言葉

桜の花も開花し春がやってきました。子供も大人も新しい季節を迎え新たな思いが始まる季節です。仕事をしていく中で「自己有用感」つまりお客様から「ありがとう」をたくさん頂くことが大事だと思います。それは「自分は役に立っているんだ」「他人から認められている」という感覚です。

また、お互いがお互いを思って行動できるような温もりのある組織づくりが大事と思っています。これを目指してこれからも行動して参ります。

行き届かない点多々ございますがこれからも彩花をどうぞよろしくお願いいたします。



チームワークの大事さ

お客様からの信用と、スタッフ同士の信用は同じものだと思います。

お客様に喜ばれる仕事を続けていくためには、チームワークが欠かせません。良い仕事をするには、メンバー同士が相互に協力連携しそれぞれの強みを活かして補充し合い、一人ではできない高い成果を生み出す環境が必要です。その動きこそが、お客様からの信頼につながります。当社の女性スタッフは、現場に入る前に同行するスタッフと作業日や作業内容を事前にしっかり決めて準備しています。そのため、スタッフ同士の連携も取れて気持ちよく現場に入って作業がスムーズに進んで仕事も早いです。

業務報告も丁寧で、動きがはっきり分かります。こうした相互の信頼関係があることで、現場をみんなで作り上げて結果として良い仕事につながっています。

これこそが、チームワークの仕事です。良い雰囲気でもこれからも続けて欲しいと思っています。



お風呂エプロン清掃

お風呂清掃の中でエプロンと呼ばれる箇所があります。浴槽の前板の中のことで、換気が悪い場所なので、湿気によるカビや水アカ、腐敗した髪の毛などで汚れています。放っておくと細菌が繁殖し、人体に害を及ぼすこともあり、悪臭の原因になることも・・・

彩花ではエプロンを外して奥までキレイにすることができます。エプロンまでキレイにすると衛生的であり、気持ちのいいものです。お風呂は毎日使用する場所ですので、キレイにしておきたいものです。この機会にプロにしかできない技ですっきりキレイにしてみたいはいかがでしょうか？



浴室清掃・・・13,000円（税別）
エプロン清掃・・・3,000円（税別）

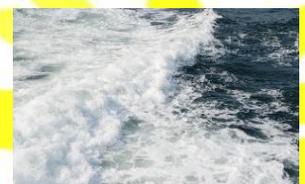
波に向かって進む

船は横からや後ろからの波に弱く、沈没することがあります。しかし、波に向かって進んでいくと、どんな大きな波でも乗り越えて進むことができます。

これは仕事でも言えることです。その一歩がお客様に対して目を見て大きな声で挨拶すること、これが波に向かって進むことなのです。

小さな声で恥ずかしそうに横を向いて対応していたら、お客様に不安を与えるし、それでは自分が成長しません。どんな仕事でも積極的な気持ちで前に進めば必ずうまく行きます。反対に消極的な気持ちで仕事をしていたら一目でわかるため、お客様に良い印象を残すことができません。又、クレームも「イヤだな」という気持ちで対応していたら良いことは起こりません。

反対にクレームは「チャンスの一里塚」と思ってやっていたら良いことに繋がっていくのです。



※一里塚・・・主要な街道の側に1里毎に設置された塚(土盛り)、街道を往来する旅人の道標となった



あなたの家のお掃除隊
クリーン彩花

お問い合わせ・お見積りはお気軽に！



0120-400-225

<http://www.c-saika.jp/>

B面記事をAIで分析してみました

「彩花新聞」B面ライターとして、これまで4年あまりエッセイを書かせていただけてきました。今回、全44頁分のエッセイをPDF化し、それをNotebookLMというAIを用いて分析することで、それらの全体が結果的にどんな視点、どんなテーマで構成されてきたかをみてみました。結果を見ると、「お掃除」の世界の奥深さ、「商い」の哲学、「暮らし」のニーズ変化、「幸福学」の実践ということが浮かびあがってきたように思います。

①「お掃除」という仕事の奥深さと精神性

単なる「汚れ落とし」ととどまらない、お掃除が持つ哲学や心の浄化作用に関する記事群です。＜テーマ例＞皿洗いや散歩にも通じる、心のモヤモヤを晴らす「心のお掃除」。日本独自の「祓い清め」の文化や、一燈園の托鉢道に学ぶ無心に奉仕する精神。映画『PERFECT DAYS』のトイレ清掃員に見る、日常のルーティンに宿る美しさと「足るを知る」生き方。

②アナログメディアと「言葉」が紡ぐつながり

SNSやAIが普及する現代における、手書きの言葉や新聞、リアルなコミュニケーションの価値を説いた記事群です。

＜テーマ例＞「彩花新聞」が病院や施設で話題となり、人と人を結びつけた「ふれあいの輪」。若者の「ヤバい」に代表される感情リテラシーの低下と、人情の機微を伝えるアナログな言葉の重要性。漫才の掛け合いに学ぶ、相手の気持ちを思いやる「生きたコミュニケーション（動詞の世界）」。

③「これからの商い」と「人儲け」の哲学

効率やマニュアルを超えた「おもてなし」の心や、長く愛される企業（ブランド）のあり方に関する記事群です。

＜テーマ例＞困ったときの助け合いから生まれる、お金儲けならぬ「人儲け」の精神。条件付きの「信用」ではなく、無条件で相手を信じるアナログな「信頼」の大切さ。創業100年を超える老舗に共通する「変わり続ける勇気」と「三方よし」の経営。

④ 社会の変容と「暮らし」の新たなニーズ

人口減少、高齢化、孤立化といった社会課題に対し、地域密着のサービスがどう応えるべきかを考察した記事群です。

＜テーマ例＞「ひとりで大掃除」に象徴される社会的孤立と、お掃除を通じたポジティブなつながりの創出。高齢化社会における「家とくらしのクリニック」としての修理・修繕ニーズ（くらしサポート）の誕生。コンビニの進化に学ぶ、日常のちょっとした困りごとに寄り添うイノベーション。

⑤ 働く喜びと「ウェルビーイング（幸福）」

スタッフの働きがい、チームワーク、そして関わる人すべての幸福について見つめ直した記事群です。＜テーマ例＞データや効率だけでなく「人間味」を真ん中に置いた日報やサービスのあり方。AIやロボットには代替できない、お客様に寄り添う「エッセンシャルワーク」としての誇り。給与や条件だけでなく、「やってみよう」「ありがとう」といった因子から生まれる「幸福学」の実践。

社会を支える「お掃除」の価値

AI君の分析をもとに、「お掃除」の価値を次の3つの柱で整理してみました。皆さんのご意見をうかがえれば幸いです。

■ お掃除の現代的意義：AIには代替できない「人間性の回復」と「心の整え」

現代において「お掃除」は、単なる物理的な美観の維持(汚れ落とし)を越えた、極めて精神的な価値を持っています。お客様の多様な生活背景やデリケートな事情を察知し、臨機応変に対応するハウスクリーニングは「究極のエッセンシャルワーク」です。

■ 地域の暮らしニーズ：物理的サポートを超えた「縁側」のようなつながり

人口減少や高齢化、単身世帯の増加により、地域社会では「家回りのことが自分ではできない」というSOSが急速に増えています。求められているのは作業の代行だけではありません。お掃除や修繕といった「家とくらしのクリニック」としての役割を果たしながら、見守りや心の交流を提供するサービスが強く求められています。

■ これからの商い：効率や損得を手放し、「人儲け」で信頼を編み込む

今後のビジネスでは、いかに優れた商品やAIを活用したマーケティングがあっても、最終的に選ばれる決め手は「この人をお願いしたい」という「押し」の感情や、無条件の「信頼」です。会社を単なるサービス提供者から「かけがえのない存在（ブランド）」へと昇華させ、老舗のように長く愛され続けるための本質的な商いのあり方だと言えます。（らく）

