

山梨県中小企業経営革新サポート事業による支援事例

概要

組織力の強化を目的としたオーダーメイド研修の実施で、ビジョンの策定と実現へ！

事業者名／設立	株式会社そらのした／H24年3月
主な事業	アウトドア用品のレンタル/アウトドアウェアクリーニング事業
資本金／従業員数	9,000,000円／6人

支援期間	R2年8月～R3年3月
担当機関	都留信用組合
担当マネージャー	堀内

相談内容・支援内容

【相談内容】

2020年の1回目の緊急事態宣言発出前後から、コロナ禍により事業の主力であるアウトドア用品のレンタル事業が大きくマイナスした。しかし、育成してきたもう一つの事業であるアウトドアウェアのクリーニング&撥水加工サービス『droproof』（2018年度 やまなし産業大賞を受賞）が売上に貢献したことが会社を救った。

この状況に直面したことで、真にお客様のお役に立つ事業を創出していくには、社員一人ひとりの『気づき』や『組織力の強化』が課題であると実感した。社員同士のコミュニケーションインフラを構築した上で、会社のビジョン策定やその実現へと向かう為の事業開発を実施したいと考えるに至った。

【支援内容】

1. 現状分析 ～策定したミッションとバリューを活かせない組織～

社員数が増えるほどに業務が細分化され、各人が自部門の領域だと定義したこと以外を仕事として取り組まないようになってしまったことから、自社のミッションやバリューを策定した。しかし、それに基づいた行動変容がなかなか起きてこない。

2. ご提案 ～コミュニケーション活性化による事業強化を目的に研修の実施～

研修事業を通じて、社員一人ひとりが会社のブランドを担う大切な存在であることを理解し、社員相互のコミュニケーション促進によって、同社の事業をより魅力的なものにする企画創出を図る目的で研修を計画。創出される企画の実施によって、新たな顧客獲得の機会を増やしていき、存続する企業であり続けたいという社長の想い。

そらのした

講師 マッチング



公益財団法人 やまなし産業支援機構

登録専門家データベース



3. 研修内容の検討 ～研修の実施とアセスメントを繰り返して密度の濃い研修に～

やまなし産業支援機構の専門家データベースを活用し、研修講師としての経験と実績が豊富な経営士のプライム・コーポレーションの渡邊氏を講師としてマッチング。計4回の研修と、各研修後に代表者と面談して次回研修の計画についてアセスメントを行なう支援計画を策定した。

4. 研修とアセスメント面談の実施 ～研修参加の感想アンケート～

各研修の終了時に、参加者には必ずアンケートにご協力いただいた。これは、講師である渡邊氏の手法の一つで、研修参加の感想と知りたいことを記載してもらうシンプルな内容である。このアンケートで参加者の熱量と、研修後の社内の行動変容の様子との2点を考慮しながら、代表者の想いを具現化するための研修内容について精度を高めるアセスメントを実施し、計4回の研修を行った。

支援成果

【具体的な研修内容】

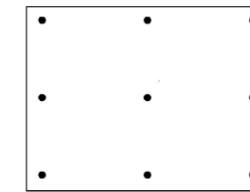
1. 第1回 そらのした社員勉強会 『クイズ 同僚に聞け！幸せになるコミュニケーション』

- ・初回なので、前向きに参加していただくために、研修を勉強会と称した。
- ・勉強会の告知のために、クイズ形式の内容を社内掲示して参加の意欲を高めた。

【常識をやぶる挑戦状】

下記の2つの条件で、9つの点すべてを通過して下さい。

1. 一筆書き
2. 4本の直線



★この問題が解けるようになると、『幸せ』になれます！



- ・これからの時代に求められる、会社に必要な要素を考える。
⇒人の脳は目標に向かっていく時が最も輝いている！
- ・愛情の反対は無関心 ⇒ だからこそ、コミュニケーションが必要(宿題あり) 等々

2. 第2回 そらのした社員勉強会 『パズルでコミュニケーション』

- ・『1日10回ありがとうを伝えてみる』という宿題の実践結果について。
⇒周りを良く観察することで、誰かの気持ちや配慮ある行為に気がつくようになる。
- ・内緒で誰かに良いと思うことをする『シークレットサービス』を実践しよう。
⇒行動してみることで自分を変えるきっかけになる。
- ・ペーパータワー作り競争や伝言ゲーム等のグループワークの実践。 等々

3. 第3回 そらのした社員勉強会 『ブランド』とは何か？私の強みを知ろう

- ・『知る⇒理解する⇒気づく/振り返る⇒実践する』というプロセスが大切。
- ・何かがしたいと考えたり、仕組みを作ろうと考える際にはお金の裏付けが大切。
- ・言葉にすることで得られるものは、理解や認識や価値であり、言葉にできないことは考えていないことと一緒。 ※そらのしたのブランドや強みにつながる。

4. 第4回 そらのした社員勉強会 『ブランド力向上による新たな顧客獲得』

- ・小さなことができないとゴールには到達しない ⇒ 自分自身の行動を見直すチャンス！
- ・会社やサービスの一番のファンが自分自身であるようにしよう！
- ・ブランドとは何か？ディスカッションと事例紹介。 等々

【研修の成果】

- ・ミッションやバリューの浸透度合いが高まったと感じられるようになってきた。
⇒その後、社員で合宿を行い、ミッションを再定義して採用にも活かしていくことを決めた。
- ・本気の組織改革を訴えたことで、共感できずに去ったスタッフを出してしまったが、目的を同じくする仲間が残ってくれたことで、一人ひとりの生産性が向上した。
- ・10年後のスタンダードづくりを目指して、心の通ったやりとり(おせっかい)で、密度の高いコミュニケーションを実践中！
- ・サービスの強みをみんな考えて、WEBにてアピールを開始している。

