

Continue

YUTACOLOGY'S communication press

vol. **26**
2023 WINTER



謹賀新年

2023 テーマ

5シンで価値を高める一心・深・伸・新・進一

対談

地方創生と中小企業への期待

2023年を迎えるにあたり

新年あけましておめでとうございます
旧年中はご指導ご愛顧を賜り誠に有難うございました
本年もよろしくお願い申し上げます

昨年2022年は、「選ばれる」のテーマのもと、【快適空間の創造×環境改善の見える化×SDGsでつながる】を、サービス提供方針（できる方法を考える）を念頭におき、安全・安心・笑顔、そして感動の提供のため遂行努力して参りました。

特に安全については、2年間コロナ禍で開催できなかった「8・22安全宣言の日」を、協力会社各社様にもご参加頂き、リアル開催により信用やお客様満足の土台の一つである安全の啓発活動ができたことは、改めて原点に立ち返る、或いは日々積み上げるべき大切なものを再認識する、という大きな意味がありました。

2023年の会社テーマは、
「5シンで価値を高める 心 深 伸 新 進」
としました。

心 誠実さとスピード対応
深 サービスの深堀と追求
伸 もうひと手間、更なる一考
新 勇気をもって挑戦、変化
進 実行する力と知恵

日々、社会の価値や構造、事の進め方すべてが大きく変わっている中で、2023年もユタコロジーだからできること、ユタコロジーらしさを追求していき、お客様に貢献できるよう努力して参りますので、引き続きご指導ご鞭撻のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

ユタコロジー株式会社
代表取締役 酒井秀京

部門長 2022年振り返りと2023年抱負

2022年の振り返りを踏まえ、各部門長が2023年の抱負を発表しました。
決意を新たに、ユタコロジーが掲げる2023テーマ「5シンで価値を高める」を実践して参ります。

① F M 事業部

自らを変える勇気を持ち、誠実、迅速にご要望にお応えして参ります。

部長 市川雄一

- ・お客様に誠実、迅速に対応します。
- ・お客様とコミュニケーションを深めます。
- ・ユタコロジーに何でも気軽にご相談いただける環境を創ります。
- ・社会から感謝されるよう心掛けます。
- ・どんな困難も前向きに捉え、自らを変える勇気を持ちます。



② C S V 推進室

「丁寧なコミュニケーション」でお客様と繋がります。

室長 栗原 武

- ・様々なサービスに取組み、当社ビルメンテナンス定義「快適空間の創造×環境改善の見える化×SDGsでつながる」を着実に進めていきます。
- ・コミュニケーションを通じて人と社会を豊かにします。
- ・上記を通じ、お客様とお互いに価値を与え合い、高め続けるパートナーになります。



③ 業務部

積極的な社内外への発信により、業務部の存在感と価値を高めて参ります。

部長 永田圭司

- ・昨年同様、緊急対応や新しい仕事への取組みを継続します。
- ・品質の維持向上の為、社員・臨時の作業にも対応できるスタッフを確保して組織の拡充を目指します。
- ・業務Gからの情報発信は頻度を増やし、存在感が増す行動を起こします。



④ 総務部

勇気と気合で更なる価値創造を目指します。

部長 久米明日樹

- ・DXを3か年計画で推進、その初年度として社内業務をデジタル化します。
- ・クリーンクルーの採用強化及び質の高いスタッフ育成を推進します。
- ・SDGsの重要性がより高まっていく中で、新たな価値創造にチャレンジします。



〈総評〉

顧問 西村文宏

今年は新型コロナ肺炎が流行する中、新たなオミクロン株は重症化や死亡リスクが低かったものの、感染予防優先のため日本経済は活性化せず、ウクライナ問題や円安の進展で生活必需品は値上がりし家計を圧迫し続けています。今後は仕事の進め方を含め、「変化」を見据えて努力を重ねたいと思います。





対談 岡谷市役所産業振興部
ブランド推進室 × ユタコロジ

地方創生と 中小企業への期待

2022年、「SDGs」はメディアの力もあり多くの人が知るところとなり、その対応が各企業の重要課題となりました。

2020年からSDGs経営を掲げた当社は、次のステップとして過去に経験の無かった他業種・他団体との協働をスタートさせました。

特集対談第一回は「地方創生と中小企業に期待すること」というテーマで、長野県岡谷市ブランド推進室 日岐充利様に、

当社代表 酒井秀京が対談の機会をいただきました。

岡谷市地方創生の現状

酒井 本日はこのような機会をいただきありがとうございます。一見、企業と地方創生は関係がないように思えますが、それぞれブランド力を高めていく必要があるという点で親和性があると思います。

「地方創生」の現状はどうなっているのでしょうか。

日岐 地方創生は、もともと地方の人口減少や、それに伴う地域経済の縮小に歯止めをかけるための政策で、そのなかで「地域ブランド戦略」が生まれてきました。これは都市がもつ地域資源などを活用して、都市そのものをブランディングし、地域を活性化することで地方都市と首都圏の経済的格差に差がつかないようにしていきたいという国の取組み(2014～)でした。

当初は「地域ブランド戦略として魅力を伝えて人を呼び込む」という形が主でしたが、現在はコロナの影響で大都市圏から人が既に来るようになったので、その人たちに魅力を伝えて定住してもらう戦略に変わってきています。

例えば、移住のためには仕事が必要ということで、今までは企業誘致をしていましたが、現在はリモートワークも普及し、二地域居住といって、東京に住んでいるけど田舎でも仕事ができるなど、社会環境が変わってきています。



岡谷市ブランド推進室室長 日岐充利様(右)と、当社代表酒井秀京(左)。「シルクファクトおかや」は製糸所を併設する博物館。ものづくり精神とシルク文化を発信しています

酒井 なるほど。コロナの影響で人がくるようになって、今度は定住してもらうための住みやすさ、心地よさなど、より具体的なところの話になってきているのですね。

日岐 そうです。今までは魅力だけを伝えていましたが、こちらがすべてを用意するというよりは、来てもらう人たちに魅力を探してもらう、それで自分たちで選んでもらう。という流れになってきています。

酒井 こちらに移住される方は、どこから来る方が多いのでしょうか。

日岐 大都市圏が多いです。もともと岡谷市は中小企業のモノづくりの街で発展してきているのですが、どちらかというと金属加工など現場の仕事が多くありました。

しかし今はソフト関係、情報ツールをやっている企業が感染を防ぐ為に、リモートでできるような仕事は田舎にきてやる、というような事例が増えてきました。

今までは、そういった環境に対応するものがありませんでしたが、気持ちよく仕事をしてもらう為に、今までなかったコワーキングスペースを作るなどのサポートを始めています。

また、コロナがきっかけでそういう働き方をする人が現れたことによって現場主義のモノづくり系の企業の価値観も大きく変わりました。

酒井 年代的には若年層が多いですか？

日岐 以前は、第二の人生を過ごす目的で来られる方が多く、年齢層も高く維持していました。

今もそこは変わりませんが、若年層も若干ですが移住してくるようになり全体の転入人口も増えてきた。「今このチャンスを逃さないように」というのが各自自治体の取組みだと思います。

今までは、自治体の特徴にあった人を呼び込むという形でしたが、今は、仕事目的できていただくなどある程度目的は決まっていて、その上でその人の趣味や生活様式にあった場所を実際に生活してみても探してもらい、その結果定着してもらうという流れになってきています。

酒井 なるほど。岡谷市がもともと持っていた魅力の発信だけにとどまらず、現在は定住者の方々が岡谷市の魅力づくりに参加しているとも言えますね。

自分たちでは気づかなかった土地の魅力や可能性を改めて気づかせてもらえるというのも、素晴らしいと思います。

中小企業と地方創生

日岐 私は地方を守ってくださっているのは企業だと思っています。企業はどんなことを考えてブランドを創っていますか？

酒井 我々はSDGs2020を宣言し、SDGs経営を掲げています。当社しかり多くの企業もそうだと思うのですが、SDGsは ある意味社員教育であったり、あるいは既存で取り組んできたことをSDGsの文脈で捉えなおして活動していることが多いです。

しかし、SDGsの本質を考えると「社会性×経済性」なんです。そこで、イノベーションを起こしたり、これをやるのが利益を生む、というところに到達しないとSDGs経営統合には到達できないと思います。経済性をどうやって確立させていくかというのが、苦しみで少し楽しみになっています。

今回のようなご縁をきっかけに、アクションを起こし積み上げていくことが大切だと思います。

日岐 それは本当に有難い取組みです。岡谷市はもともと生糸の町で昔は生糸で日本を支えるような所でしたが、他の生糸の産地と比べて製品化が弱みでした。定義を決めて、「岡谷シルク」というブランドを創っていかうとしたのですが、企業さんに支えてもらえなければ進めていけない。

岡谷市は、岡谷市のブランディングは普通にできるのですけれど、やはりそこにビジネスも入ってこない岡谷シルクのブランディングはなかなかできない実情があります。

今までにないアイデアを持ち、積極的に取組んでいただける企業さんには非常にチャンスだと思います。

酒井 当社の事業で言えばビルメンテナンスは、特に2000年代に入ると環境問題への取り組み、技術革新や企業のあり方の変化にともなって変容してきていました。その中で企業の価値を高めていこうと考えたとき、今回のような対談や協働を通じて新しいものが生まれれば、ひとつの産業、そしてそれに関わる、例えば新たな雇用や養蚕農家さんへの貢献も出来ると思いますし、異業種や他団体との協働によって生まれる化学反応の可能性は今後とても重要になると考えています。

日岐 既存の事業では難しいとしても、新規事業であれば時短勤務希望者や障害者雇用など、多様化する働き方にも対応していける可能性があるわけですね。

ユタコロジに期待すること

酒井 そうですね。ただ、他業種や他団体との協働では、今までは直面しない課題もあるかなと。

岡谷市ではどういったことが課題ですか？

日岐 課題は、バランスですね。海外はシルク製品って安価なものもできますが、日本にとっては、シルク製品はとても高価なものですよ。

私は流通量が増えることで高品質かつもう少し安価になることが一番良いと考えています。ただ、そのためには、企業が求めるものと生産量のバランスが難しいんです。

酒井 どちらか片方だけでは成り立たない。

～対談を終えて～

岡谷市の魅力づくりの取り組み内容や、現在の課題を多面的にお話いただきましたこと、心より感謝申し上げます。自市や自社の強みは何か、その強みを活かし更に発展させるためには、継続的な試行錯誤の繰り返しと他社と協働する力、器、仕組みが必要であると感じました。改めて、岡谷市ブランド推進室日岐室長、そしてスタッフの皆様、有難うございました。



日本を世界一の生糸生産国にした製糸の歴史が展示される館内を見学しました

日岐 一反(13メートルほど)の生地をとるのに2,300頭の蚕が必要になり、その蚕のえさとなる桑の葉が約70kg必要となります。この桑の葉をとる桑園の管理も大切なのですが、実は、現在、諏訪地域で生粋の農家さんは、1軒しかありません。

製品としての ご提案は、皆さん素晴らしいですし、ビジネスとしてとても良いのですが、生産してくれる養蚕農家さんの確保も一方で必要なのです。

酒井 養蚕業を維持する、あるいは発展させるためには、糸や成分だけ欲しいという形ではなく、養蚕も含めてトータルで製品をつくるようにしないと農家が守られない、ということですね。

日岐 そうです。今現在の養蚕農家は、必要なものを効果よく生産・納品できる 状態になっていません。企業視点で特定の糸や成分だけ必要な需要に応じていくと、十分な収益が上げられず養蚕農家がなくなってしまう。

酒井 そうなる、養蚕の体制・仕組みにもかかわっていく企業が必要になる。養蚕業で蚕を育てるための設備投資はかなり必要なのではないか。

日岐 設備投資や材料は企業から考えると大したことはないです。ただスペースは必要ですね。先ほど言ったように、一反の着物生地をつくるのに多くの蚕を飼うため、かなりのスペースが必要になります。

そして、蚕に与える桑にかかる人件費。桑をとるということが、自動化が難しい作業なので、今、お話をいただける大手企業さんなどには、それをうまくクリアできる方法を探っていただければと思います。桑園を経営してもらうというのも一つの手だと思います。

酒井 例えば、当社で言えばアルバイトさんの管理やシフト作成のノウハウなどが活かせるわけですね。

双方にメリットのある協働にするために、多面的に関わっていかなければならないことが良く分かりました。今回、当社では岡谷市のシルクをつかった商品づくりを検討しています。まだ道半ばですが、商品をつくることを目的とするのではなく、協働により、岡谷市らしさのある「ブランド」に貢献し、またユタコロジらしさが生まれるよう努力して参ります。

本日は有難うございました。

於：「岡谷蚕糸博物館シルクファクトおかや」
長野県岡谷市郷田1丁目4-8
TEL 0266-23-3489



ユタコロジー 事故 & 異常発見 & クレーム報告

ユタコロジーは安全・安心・笑顔、そして感動の提供を事業目的とし、
快適空間の創造 × 環境改善の見える化 × SDGsでつながる事業を行っております。
環境改善の見える化のため、当社の発生事例をご報告いたします。

発生月	内 容	概 要
6月	自社車両事故(自損)	コンビニで休憩中、駐車していた営業車両をバックさせる際に敷地内看板留めに衝突してしまった。
7月	お客様の備品破損	日常清掃時、男子トイレ洗面台の鏡を拭き上げる際に、鏡の抑えビスが外れてしまい落下。鏡が割れてしまった。
	セキュリティ事故	指定箇所の定期清掃(カーペット洗浄)終了後、しなければならないはずであった部屋の施錠を失念してしまった。
	お客様の備品破損	日常清掃時、男子トイレ清掃の際、小便器の目皿を落としてしまい破損させてしまった。
9月	お客様の備品破損	定期清掃時、備品の移動を行っていた当社社員の体が棚に接触。その上に置いてあった花瓶が落下し割れてしまった。
	お客様の備品破損	定期清掃時、高所ゴンドラ作業中に給電ケーブルを柱に引っ掛けてしまい、ケーブルが断線してしまった。
10月	お客様の備品破損	定期清掃時、浄化槽近傍を歩行中、腰の高さほどにある監視カメラにヘルメットが接触。監視カメラの取付部材が破損してしまった。
	お客様の備品破損	日常清掃時、当社クルーが室内タイルカーペットの端切れがなくなっていることを発見。発生期日は不明だが、おそらく過去のバキューム清掃が原因と結論。
	お客様の備品破損	日常清掃時、エレベーター乗降の際にお客様と接触。エレベーター隙間から、お客様の携帯電話が落下し紛失させてしまった。

※※11月は事故、クレーム案件なし

お客様の快適空間の創造と事故ゼロを目指し、改善に努めてまいります。
引き続きご指導のほど宜しくお願い申し上げます。

永年勤続表彰

ユタコロジーでは長年にわたり勤務するスタッフへ日頃の感謝を込め、毎年永年勤続表彰を行っています。2022年は勤続40年2名、20年2名、10年7名が表彰を受けました。今後も一人でも多くのスタッフに表彰対象になってもらえるよう、働きやすい職場づくりに努めてまいります。

勤続年	勤務事業所	入社年月日	氏名	勤続年	勤務事業所	入社年月日	氏名
40	本社・業務	昭和57年1月6日	林 一洋	10	豊和工業(株)豊苑	平成24年2月13日	小出 紀久江
40	ウインズ名古屋	昭和57年4月1日	田中 恒男	10	京進 布袋校	平成24年3月9日	駒田 幸美
20	本社・業務	平成14年3月25日	祖父江 和貴	10	中部電力(中村営業所)	平成24年3月12日	奥村 久子
20	東桜会館	平成14年4月12日	山村 加代子	10	中電CTI(正木ビル)	平成24年3月21日	辻 淑子
10	中部電力(旭名東営業所)	平成24年1月5日	天野 永子	10	日本ガイシ	平成24年3月26日	清水 一代
10	中部電力(北営業所)	平成24年1月16日	林 恵子				11名

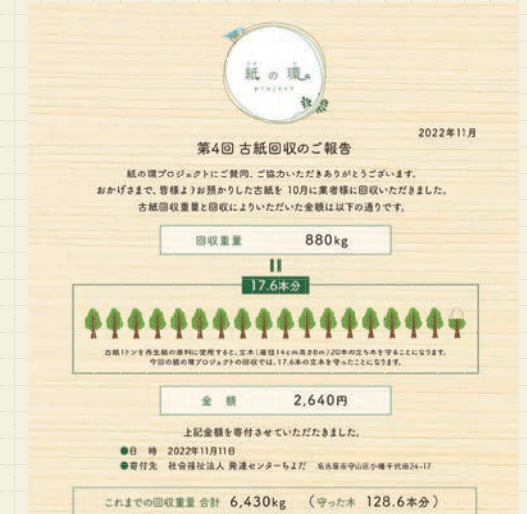
63回創業記念日を迎えました — YouTubeで動画配信 —

1959年の創業から数え、2022年で64年目となりました。
第63回創業記念日は、コロナ禍での影響も考慮し、アルバイトスタッフを含めた全社員へ思いを発信したいとの思いからYouTubeでの動画配信形式をとりました。
代表の酒井が、直接伝えられない感謝や今後のユタコロジーの方針についてお話しています。スマートフォン等で動画を見る習慣のない方にも、会社の発信方法の一つとして覚えていただきながら、積極的に配信を活用していく予定です。



紙の環プロジェクト 古紙回収数値報告

環境印刷に取り組む富士凸版印刷株式会社が呼びかける、森林資源を守り循環する「紙の環プロジェクト」に賛同。ユタコロジーが2022年に回収に協力した古紙重量は317キロでした。
プロジェクト発足の2021年から2022年11月までの時点で、プロジェクト全体で回収した古紙の総重量は6,430キロ。この重量は木に換算して128.6本分に相当し、リサイクル収益金は子ども食堂や福祉施設などへ寄付され、子どもたちが健やかに育つ未来のために役立てられています。



2023コラボカレンダー完成のご報告

ユタコロジーが、梶山女学園大学現代マネジメント学部東ゼミの皆さんと制作プロジェクトを発足したのが2022年3月。

この度、「一隅を照らす～私たちの輝きStory～」をコンセプトとしたコラボカレンダーが完成しました。完成までの歩みをここに報告します。



カレンダー作成の目的

- ・創業からの歴史は、女性活躍の一方、その悩みに寄り添う歴史でもありました。
- ・本当は仕事をやめたくないけれど、やむにやまれぬ理由で退職せざるを得ないというスタッフが多くいました。
- ・いまでも、そしてこれからも支えてくれる女性たちの力に、少しでもなりたい。
- ・頑張っている女性に光を当て、女性のWELL-BEING（女性の心と身体の健康と幸せ）に寄与したい。

カレンダー作成の歩み

3月22日

梶山女学園大学現代マネジメント学部東教授にご挨拶。提案資料にてカレンダー作成の趣旨をご説明。

4月14日

プロジェクト会議
第1回

- ①輝く女性コレクション（私たちにあって輝く女性とは）身近な方から芸能界等の憧れの職業の方まで、どのような点で輝いているかを学生がピックアップ。
学生の声 「輝いている女性」に対する視野が広がり、相互理解が深まりました。
- ②働く女性のカテゴライズ
取り上げたい方の属性を精査し、ピックアップした方々をカテゴライズ。
- ③投票でインタビュー対象候補者決定
カテゴリごとに学生が候補者を投票。各カテゴリ上位1、2が取材対象に。
【カテゴリ】仕事で輝く（身近な人）/仕事で輝く（著名人）/行動力で輝く/SDGsで輝く/起業家/YouTuber/仕事と家庭の両立
※カテゴリごとの投票結果、全体の投票結果をあわせて最終人選完了

6月23日

プロジェクト会議
第2回

- ①取材対象者への質問内容を検討
- ②実際に取材
ゼミ生もともと繋がりがあった食の事業経営者 早川友子さんに全員でインタビュー。
学生の声 人物を深く知り、ストーリーで知覚することで立体的な人物像が見えてきました。

7月21日

プロジェクト会議
第3回

- ①取材＆撮影を行い400字程度の記事を作成。
学生の声 推敲を重ね、温度感を持って人物の魅力を表現する難しさを感じました。

7・8・9月

取材を終え記事がまとまった方から順次原稿入稿。

12月

コラボカレンダー完成

11月11日

最終原稿入稿

10月

ユタコロジーが編集、学生、取材対象の各本人へ確認作業。



プロジェクトを振り返って

東教授ゼミの皆様のご協力により、たくさんの女性のストーリーにふれ、私自身も彼女達の言葉から人生や仕事で輝く為のヒントを学ばせていただきました。ポジティブになりたい時、今の自分に物足りなさを感じた時に読み返したい。そんな一冊になりましたので是非ご覧ください。

総務部 平岩美里

