

YUTAKA'S communication press

豊興業はお客様に大切なことを伝え続けます

Continue

vol.9

WINTER
2017▶2018

お客様インタビュー

豊和工業株式会社 代表取締役社長 塚本高広様

ものづくりを通じて、社会に貢献し、
企業価値の向上を目指す。

Introduce 社員紹介

総務部 寺岡 文子さん

業務部 祖父江 和貴さん

Column

「トイレの神様」

ココロの価値 ～クルーの手記～

「詰まったトイレ」

News Letter in Autumn

マウスウォッシュディスペンサー KuchiPica くちピカ

TOP INTERVIEW

豊和工業株式会社 代表取締役社長 塚本高広氏

聞き手／豊興業株式会社 代表取締役 酒井秀京



写真 紙面向かって右／豊和工業(株)代表取締役社長 塚本高広氏 左／豊興業(株)代表取締役 酒井秀京

お取引先企業のCEOの方々にお話しを伺う「TOP INTERVIEW」の第3弾は、清須市に本社を構える豊和工業株式会社代表取締役社長・塚本高広様がお登場くださいました。同社の創業は明治40年と非常に古く、創業間もない頃から弊社に清掃業務をご依頼いただいています。

今回は豊和工業株式会社様のご紹介を交えながら、塚本社長の談話を誌面にしてお伝えします。



▲清須市にある本社工屋。敷地内には桜をはじめ沢山の木々が植えられています。

豊田式織機の製造を皮切りに 時代のニーズに応える多彩な分野に貢献

豊和工業様が、豊田式織機株式会社としてスタートしてから110年。当時は輸入品であった動力織機の国産化と量産化を進めることで、国力強化にも大いに貢献し、日本の産業を支える企業としてその名を歴史に刻む存在です。

大正時代には紡績機械の製造、昭和に入って鉄鋼の製造を開始。現在の社名「豊和工業株式会社」へと改称されたのは、終戦を迎えた1945(昭和20)年のことでした。

現在では国内はもとより世界の産業の現場をフィールドに、工作機械、空・油圧機器、電子機械、清掃車両、金属製建具、火器など幅広い事業を展開。全社一丸となって技術革新、新製品開発、品質の向上等に取り組んでいます。



▲豊田式自動織機がエントランス奥に展示されている。伊勢木綿に使われていたもので、今も動かすことができます。



▲昭和30年代のトランスファーマシン

ものづくりを通じて、社会に貢献し、 企業価値の向上を目指します

「世界に名だたるブランドではなく、業界で光る存在であり続けたいですね。」

— 百年企業として、大切になさっていることを教えてください。

— ものづくりを担う企業として、豊和は、創業当初よりお客様第一主義を大切にしてきました。現在も、お客様により良い製品をご提供するために、ブランド力の強化を推進していますが、これは、異なる事業領域の4事業がそれぞれの市場において光る存在であることだと思っています。たとえば豊和ではストリートスイーパーを製造していますが、使用される現場で、ストリートスイーパーという製品名ではなく、「お〜い、豊和(HOWA)を持って来てよ」と言うように、「HOWA」の名前がスイーパーの代名詞と

して業界でお使い頂けるならば、これに勝る喜びはありません。

そのためには、まずはニーズや市場のトレンドを先取りしてご提案していく製品力、そして、お客様に安心してお使いいただける品質と信頼性の保持、さらに、「この人だから安心して取引できる」と思ってもらえる社員の人間力。この3つを鍛えることが大切です。

そして、さらに言えば、それらを継続していくこと。一時的なものではなく、継続して安心感と信頼感を持って、豊和の機械や製品をご利用いただけるように、社員全員が意識を高めていく必要があると思っています。



▲工業機械を中心に幅広い市場分野に製品を提供。

創業者が大切にしていた誠実さ。 社員も誠実さを大切に、日々がんばっています。

「徒弟制度が薄れつつある今、 技術の継承と伝播が重要課題に」

— 御社では職業訓練に力を入れておいでですね。
— 豊和では、技能の習得・向上を目的とした「認定職業訓練校」を社内で開校しています。授業で使われる教科書には、定理に対する「理屈」がしっかりと記されている必要があると、私は常々考えています。答えに至る経緯—どうしてそうなのか—を理解できていなければ、応用力も育ちにくく実践では通用しないからです。理屈までをしっかりと教えた上で、現場を経験させてあげることが一番の教育ではないでしょうか。

仕事の舞台は現場・現物にあります。もし慣れない現場で失敗したとしても、その時に感じた不安や悔しさ、さらにはその失敗を挽回するための努力、挽回できた時の充実感、教科書からは決して得ることができない貴重な経験となるはずで。

先日、社内の清掃現場で、御社の先輩クルーさんが後輩クルーさんに道具の扱い方や清掃方法を教えているのを目にしました。先輩クルーさんは「この汚れに対してこの方法を用いるのは、こういった理由があるから…」と、丁寧に説明なさっていました。まさにそれは、汚れを落とすという目的に対するしっかりとした理屈の指導です。御社では、技術の伝承と伝播が現場の作業



員の方にしっかりと浸透していますね。教える先輩と教わる新人さん。お二人のチームワークも、見ていてとても気持ちの良いものでした。

「AIやIOTだけで、モノは作れない 人が使いこなしてこそ、価値が生まれる。」

- 今、あらゆる分野でAI=人工知能が台頭していますね。
- 高度な携帯電話、車の自動運転、受付のロボット。われわれ

が経験している現実、20年前にはSFの世界でした。AIやIOTも急速にわれわれの日常に浸透し、仕事や暮らしのスタイルもそれに伴い大きく変化しつつあります。

これらの機能を用いれば、従来膨大な時間がかかった計算や分析が、わずか数秒で可能になったりするわけですが、データやAIを使いこなすのは、あくまでも「人」。AIやIOTだけでは、豊和が目指す機械や製品は作れません。その意味からも、極めて卓越した技能を持ち、技能者の地位と水準の向上に寄与したとして厚生労働省が表彰する「現代の名工」に、熱処理と金属手仕上げを担う2人の技術者が選出されたことを、非常にうれしく誇りに思います。

もちろん、先端技術を否定するわけではありません。利用できるもの、本当に導入する価値があると思われるものを取捨選択できる技術を身につける。そして受け身にならないこと。スマホにしても「ああ便利だな」で終わらせない。「じゃあ、うちの会社に置き換えてみた時、何ができるのだろう」と、まず考えてみる。2050年には世界はどうなっているのだろう？ こんな疑問や想像力が、新しい機械や製品開発に大いに役立ちます。

「日本人の技術や気配りを生かし ジャパブランドを再構築」

- 今後の課題や目標をお聞かせください。
- かつて、世界各国が「日本の技術に追いつき、追い越せ」を目標に技術を磨きました。現在の日本はどうでしょう。残念ながらその頃と同じ状況ではないことは、誰もが周知の事実です。けれど、われわれ日本人から相手を思いやる心配り、一つのアイデアを何倍にも膨らませる創意工夫の能力や技術力が失われてしまったわけではありません。たとえば、海外から、自国のブランド品を買いに銀座のブティックを訪れる観光客が増えているという事実は、日本で買うほうが心地良く安心して買い物を楽しむことができるという信頼感、ホスピタリティが大きく寄与しています。買い物はモノを売り買いする行為だけではなく、お客様とショップの店員の関係性も大切な要素です。「あの店で買いたい。あの店にしてよかった。」と選んでもらえることこそが、最初にお話したブランド力、ブラン



▲豊興業では、常時10名のクルーが本社棟を含む社屋の清掃に入っています。敷地が広いので、移動時には自転車を使っています。

ドの価値にも通じています。
企業対企業も、つきつめていくと人と人。「豊和と取引をしようか。次も豊和と取引したい。」と欲していたためには、優れた商品力と同時に、人間力を高めていくことも重要ですね。そのためには、まずは自分の何気ない日常や周囲の人に対して、好奇心を持つこと。気配りをする。これができなければ、未来や海外進出を語っても、きっと成功はしないでしょう。メールでの連絡が主流になりつつある昨今ですが、社員には「できるだけ相手の顔を見て会話をしたい」と伝えています。もちろん私も含めてです。

御社のクリーンクルーの方々は、私たち社員やご来社下さるお客様に対して、丁寧にあいさつをしてくれます。豊和の社員のほうからも、クリーンクルーの方たちに、「ありがとうございます」「お疲れ様です」といったお声をもっともっと積極的にかけたい。そういう気配りこそが、世界を牽引するジャパブランドの根幹を支えているのだと思います。

豊和では、お客様がより良い製品を生み出すお手伝いができるように、より一層の創意工夫を重ね、長い年月をかけて培ってきたものづくりの精神を軸に、新しい技術・分野へ積極的にチャレンジしていきたいと思っています。

これからも、仕事のはかどる快適な空間を保てるように、明るい笑顔とプロフェッショナルな仕事でわれわれのサポートをお願いいたします。



豊和工業株式会社代表取締役社長 塚本高広様には、ご多用の中、貴重なお時間を賜りましたこと心より感謝申し上げます。人づくり、技術開発、ブランドづくり等、多くのアドバイスを頂きました。今後とも社員一丸となり、更に高品質なサービスをご提供させて頂くべく努力して参る所存です。誠に有難うございました。

豊興業(株)代表取締役 酒井秀京



写真 紙面に向かって右/豊和工業(株)代表取締役社長 塚本高広氏 左/豊興業(株)代表取締役 酒井秀京

NEWS Letter in Autumn

永年勤続表彰

今年も、創業日である11月1日にメルパルク名古屋にて平成29年度の永年勤続表彰を行いました。平成元年から表彰を始めて今年が29回目になります。

表彰は10年、20年、30年の勤続で行っていて、20年以上の表彰者も毎年1名以上はおり、長期に渡って働いてくれるクルーがいる喜びも感じています。各事業所を担当している社員よりも在籍年数が長いクルーが多く、クルーあつての豊興業であると改めて感じさせられました。

しかし、感謝の意を伝える表彰式への参加者が少ないところが今後の課題でもあります。



永年勤続表彰対象者 (平成29年度)

20年表彰 (平成8年10月16日～平成9年10月15日)

荒木正江 (平成9年7月6日入社)

10年表彰 (平成18年10月16日～平成19年10月15日)

北村裕子 (平成18年11月27日入社) 木村しづ子 (平成19年5月7日入社)
 木村恵子 (平成19年1月25日入社) 木谷三恵子 (平成19年5月29日入社)
 竹内琴恵 (平成19年1月29日入社) 紙谷直樹 (平成19年8月1日入社)
 本田智恵 (平成19年3月27日入社)



ISO14001 2015年版へ更新しました。

2003年にISO14001 (環境マネジメントシステム) の認証を受け、今年で14年になります。

規格の改訂に伴う更新は、今回の2015年版で3回目になります。今回の改定では、ISO9000 (品質マネジメントシステム) シリーズなどとの整合性、ライフサイクル思考、組織のおかれる環境や求められるニーズといった要素が含まれました。

豊興業は、これからも地球環境問題に対応し、持続可能な発展をしていかなければならないと思っております。

ココロの価値 ~クルーの手記~

詰まったトイレ 電力会社 クリーンクルー

以前の会社を60歳で定年退職後、豊興業のクリーンクルーとして働き始めました。勤める前はあまりコミュニケーションをとりたくないと思っていた私ですが、良い同僚の方達に恵まれて、皆さんと仕事が終わった後におしゃべりするのが楽しみになっていました。

仕事に慣れ始めたころ、トラブルが起きました。2階の男子トイレ洋便器が詰まったのです。どう対応していいのかわからないでいると先輩がスポンジの武器(ラバークップのこと)を手に果敢にそのトイレに挑んでいきました。

すごいと思う反面、正直私はやりたくないな...という思いを抱いたのも事実です。

そんな矢先、今度は1階の男子トイレが詰まりました。

私の担当箇所です。

困りました...迷いました...

悩んだ末、まずは報告をと思い、リーダーにその事を伝えました。リーダーは私から報告を受けると電力会社の担当者の方にトイレが詰まった事を報告に行きました。

「えっ!今日はお昼からお客様が使うから1階のトイレが使えないのは非常に困る。」担当者の方はそうおっしゃいました。

リーダーが私に聞かれます。

「〇〇さんの担当箇所だけ、大丈夫?やれる?」

どうしよう、でも今まで何十年も事務の仕事をしてきたけど、自分の担当する仕事は責任を持ってやってきた!やるしかない!意を決めて「私がやります!」そう言いました。

教えてもらったやり方で挑戦しました。10分くらいかかって詰まりは抜けて、それから便器の周りも綺麗にしました。良かった、自分の責任は果たせた。そう思いました。

担当者さんは非常に安堵した様子で、私に「ありがとございます。大変助かりました。」とお礼を言われました。ありがとう

言ってもらえる事もありました。

初めはコミュニケーションをとる事やトイレ

の詰まり抜きを行う事が嫌だっりましたが、仕事を続けて行くうちに、ああそうか、私は人から喜ばれる仕事をしているんだ。と思うようになりました。それって大変気持ちが良いことですね。



Column

「トイレの神様」

数年前に「トイレの神様」という歌がはやりましたが、トイレに神様って本当にいるのでしょうか?

気になって調べてみるとあらゆる不浄を清浄に変える、強烈な浄化の力を持つ烏枢沙摩明王 (うすさまみょうおう) という神様がいました。烏枢沙摩明王はその凄まじい力のため、密教や禅宗の寺院を中心に、トイレの守護神として祀られてきたそうです。

またトイレは古くから「怨霊や悪魔の出入口」と考える

思想があったので、一般の家庭でもトイレに烏枢沙摩明王のお札を貼ることが広く行われていたそうです。烏枢沙摩明王をトイレに祀り、トイレ掃除に励むだけで運勢が向上し、特に金運向上に絶大な効果を発揮するそうです。烏枢沙摩明王は「トイレの神様」として、人々の暮らしを守り、運氣や金運アップする神様なのです。

(continue 編集部: 担当 N)



Introduce 社員紹介

気持ち良く仕事ができるよう笑顔を大切に

みなさん、こんにちは!笑顔がウリの寺岡です(笑)。今年で入社して19年になります。現在は本社総務として、クルーさんへの契約関係、給与処理、社会保険関係の諸手続きの他、保険代理店業務もしています。総務は会社の裏側を支える大切な仕事ですから、皆さんが気持ち良く仕事ができるよう笑顔を大切にしています。今回のインタビューで御社の強みは何ですか?と訊かれた時に、うちの会社はフットワークの良さと業務、そして先代から続く誠実で温かいアットホームな社風が強みだと思いました。私はその誠実さと温かさをお届けできる母のような存在になれたらいいな...と、思っています。これからもどうぞよろしくお願いいたします。

総務部 寺岡 文子さん



品質を保ちつつコストダウン

私は入社して12年になります。業務部の先輩である林さんからの紹介で入社しました。業務部は体力が大切で、好物の焼肉を食べたり(笑)、睡眠をきちんととるようにしたり、健康維持に気をつけています。仕事ではお客様に近い関係にもありますので、仕上りが綺麗だね~!など、有難うと声をかけてもらえた時は本当に嬉しいです。私には小学2年を頭に3人の子供がおりますが、お父さんの仕事は何する仕事?と聴くと、「ビルを綺麗にする仕事!」と答えてくれます。嬉しいです。今後は今まで以上の品質を保ちつつコストダウンをしていくことが大切です。我が社は、比較的自由に資格をとらせてもらえることも強みとしてありますので、これからは業務部の更なる技術向上の為にみんなで必要な資格を取得し、技術の伝播をしていけたらと思っています。成果を上げてみんなで焼肉食うぞ~!

業務部 祖父江 和貴さん



豊興業から「キレイな息」のご提案

マウスウォッシュディスペンサー

くちピカ
KuchiPika

天然成分
キシリトール配合

口臭予防
キトサン配合

目に見えないからこそこだわりたい、キレイな息。
「くちピカ」の導入で、企業ブランドのイメージアップを目指しませんか。



グリーンハーブの
爽やかな香りで
気分もリフレッシュ!



口臭予防は、今やみだしなみと同様、世界的にも最優先事項となっています。

社内の服装規定に定めたり、食堂にくちピカを設置したりと、全社的に口臭予防をすることが、企業ブランドのイメージ向上につながります。

各業界で様々な“キレイな息”対策の取り組みが始まっています。



車ディーラー販売店

高額なお買い物を心地よく

お客様との距離が近くなる試乗の時やディテールの説明の際にも、キレイな息で担当者の好感度がアップ。商談も、よりスムーズに。



旅館・ホテル

接客の基本は、まず口臭チェックから

人と接することが基本となる旅館やホテルで自信をもって業務に集中するために、身だしなみチェックと同様、息のチェックも忘れずに。



スポーツジム

爽やかな息で清潔感をアピール

爽やかな息は、ジムの清潔感をさり気なくアピールできます。パーソナルトレーニングの際にもお口のニオイ対策は必須です。



クリニック

ドクターやナースの息は健康ですか？

ドクターやナースのお口が臭うと、患者様の心により負担をかけてしまいます。清潔な息で患者様に話しかければ、患者様も心を開いてくれますね。



タクシー業界

閉じた空間だから息をキレイに

ドライバーの息がいいニオイだと、ご乗車くださったお客様にも良い印象を与えるものです。目的までの会話もより楽しく弾みますね。



社内コミュニケーション

活発な意見交換はキレイな息から

社内プレストやミーティング等、爽やかな息で積極的に会議に臨みましょう。お客様がお見えの際にも、サッと手軽にキレイな息でおもてなしを。

ここが
オススメ

- 電源不要で簡単に設置できます。
- 用途や設置場所により、壁掛・置型の2タイプよりお選びいただけます。

“キレイな息”対策は、
豊興業に
おまかせください!!

YUTAKAグループはキレイをクリエイトします。



ご質問・お問い合わせ先

再生紙を使用しています。

豊興業株式会社

〒466-0841 名古屋市昭和区広路本町4-48
TEL / 052-851-0077
URL / www.yutakakogyo.co.jp
E-mail / info@yutakakogyo.co.jp

