

企業は人なり

製鉄所などで整備されるロール研削盤のオーバーホール(点検や修理)や改造を得意とする山崎工業(福岡県苅田町、野中眞治社長、093・436・5578)。同社のモットーは「機械の医者」と「機械の救急救命隊」。機械の調子が悪いと悩む企業の要望にいち早く対応する。1971年の創業当時は1社しかなかった取引先が「今では大手製鉄会社をはじめ600社を超える」(野中社

山崎工業

長)。

同社に営業マンは存在しない。取引先の企業に新たな企業を紹介してもらい口コミのみで顧客の数は増えていった。「極端な話、技術だけしっかりしていれば良かった時代が続いた」(同)。だが約10年前に製品ではなく、人的クレー

が相次いだことをきっかけに、社内の人づくりを見直すようになった。



取引先は技術に加えて対応する社員の接し方や態度などを見て、会社を評価する。「社員が企業倫理を

勉強会を始めて社員の意識に変化があらわれ、今では4S活動を自主的に行うようになった

目指すのは顧客の「感動」

勉強会で倫理・理念学ぶ

学び現場で生かせるようになってほしい」(同)。そんな思いで始めたのが企業倫理や経営理念の勉強会。社外のセミナーに参加するほか、社員を4グループに分け、月2回自主的に勉強会を開いている。参加者の1人である技術部設計課の佐川良隆さんは「単なる顧客満足以上の仕事をしたと思うようになった」という。

勉強会を始めて変わったのが整理・整頓・清掃・清潔など4S活動に対する意識。それまでは上司が指摘しても改善できていない部分もあった。今では、全従業員が自主的に道員の整理や清掃など徹底して行う。

技術の勉強は現場主義で、オン・ザ・ジョブ・トレーニング(OJT)が中心だ。同社ではこの数年間で若手が増え平均年齢は38歳と若返ったため、技術継承は大きな課題。分らない点があれば若手社員を中心に集まり、機械作業ではできない手仕上げのすり合わせ技術などを学ぶ。なぜ

キサゲ作業が必要か、どこをどう取れば当たりがかわるかーなど疑問を感じればすぐに現場で解決する。

目指すのは「お客さま満足」ではなく「お客さま感動」。感動してもらえれば取引先に深い印象を与え、次の仕事につながる。お客さま感動を言葉に自社製品開発も手がけ、2008年にオリジナルのロール研削盤を作り上げた。09年度からは自社製品を徐々に増やし、「5年後に工作機械メーカーとして産業界に貢献したい」(同)とのビジョンを掲げている。

(火曜日に掲載)