



Study ビジネスヒントを得る

生涯にわたる信頼を  
得るための組織づくり

2011年7月26日版

「顧客満足の営業テキスト」

『「せりふ」で考えるCS志向のチームづくり』

ジャーナリスト 瀬戸川礼子氏

コスモ石油ガス株式会社

## 顧客満足を高める「表現」を学ぼう！

### 第二回 日本レーザー

永遠のテーマである「顧客満足」。  
この連載では、見落としがちな「表現」を学んでいきましょう。

表現してこそ、思いは相手に伝わります。  
たとえば、転んだ人を「かわいそう」と眺めていても意味がありません。  
「大丈夫ですか」と言って助けてあげることが思いの表現であり、  
表現とは思いやりなのです。

たくさんの事例を参考に、表現力を高めていきましょう！

会社にとって、顧客満足は肝心要の存在ですね。

これをお読みの方には承知の事実だと思います。

また、こちらも連載を通じて何度もお伝えしてきたことですが、顧客満足には一つ大きな特性があります。それは「社員満足の範囲内では顧客満足は高まらない」というものです。泳げない人が、泳ぎを教えられないのと同じように、仕事に不満足な人が、仕事を通じて誰かを満足させることは難しい。ないものを出すことはできないのです。

さて、今回ご紹介するのは「日本レーザー」※1という会社です。

レーザー機器の輸入販売・自社品開発販売を行なう優良企業で、社員満足・顧客満足・業績ともに高く、今春、「第一回 日本でいちばん大切にしたい会社 大賞」※2で中小企業長官賞も受賞されました。

※1 <http://www.japanlaser.co.jp/>

※2 <http://www.taisetu-taisyō.com/jusyou.html>



日本でいちばん大切にしたい会社大賞 中小企業庁長官賞受賞のタテ

同社は「社員満足こそ第一に」を掲げています。

「社員が自分の会社や提供する商品・サービス、また担当業務に満足しない状態で、どうしてお客さまに感動や満足をお与えすることができるだろうか」。

これが近藤宜之社長の考えであり、経営者としてまったく正しい思想だと共感します。

近藤氏は、表現を非常に大切にされています。この表現力が、社員満足につながり、顧客満足へと波及し、結果的に業績がついてきているのだと思えてなりません。

近藤氏の数ある表現力の中で特に参考になりそうな2つは、  
(1) 笑顔、(2) 自分の考えを公に伝える、です。

よく聞く話だと思われるかもしれませんが、「質の高さ」と「徹底力」が群を抜いています。順にご説明していきましょう。

## 1

## 笑顔



笑顔を絶やさない近藤宜之社長

私たち人間にとって最も身近な表現は、顔の表情でしょう。毎日どんな表情で過ごしているかは、毎日周りに対してどんな情報を発信しているのと同じです。

笑顔の多い人は、近づきやすい好人物という情報を回りに与え、怖い表情の人は、近寄るなという情報を与えていることになります。

日本レーザーの近藤氏は、心に決めていることがあるそうです。

「よい報告は笑顔で聞く。トラブルなど悪い報告を受けるときは、もっと笑顔で聞く」  
笑顔という表現が、よりより会社づくりに不可欠なことを痛感されているのです。

近藤氏は前職のサラリーマン時代にこんな経験をしました。

現場の問題を社長に進言したところ、嫌な顔をされたのです。これでは、社員は二度と社長に報告しなくなってしまう。

会社がよくなるせっかくのチャンスを、こともあろうに社長がみすみず逃している…。

実にもったいないですよ。立場の下の人に、自分の「顔色を見させる」ようになってはおしまいです。

近藤氏はこうした経験から、「僕が社長になったら、どんな話も笑顔で聞こう」と誓いました。

**よい報告は笑顔で聞く。**  
**トラブルなど悪い報告を受けるときは、**  
**もっと笑顔で聞く。**

そして、ここからが一番重要なのですが、単に誓うだけでなく、実際に笑顔のトレーニングを行なったのです。

名刺を唇で挟み、紙が顔と水平になるように持ち上げます。すると両端の口角が上がり、笑顔の練習になります。30歳から自主的に笑顔トレーニングを始めた近藤氏は、いまでは笑顔の達人です。どんな情報もすぐに入ってきますから、経営もスムーズです。

この笑顔トレーニングは、名刺の代わりに箸やペンでもできます。小顔トレーニングにもなりますし、何歳からでも遅くはありません。人生をも好転させてしまうかもしれませんよ♪ ぜひ意識してやってみてください。

**2 自分の考えを公に伝えること**

日本レーザーのホームページには「社長からのメッセージ ～夢と志の経営～」※3という項目が設けられています。社長の顔写真とコメントを自社ホームページに掲載するのはよくあることですが、同社が異なるのは、「メディア掲載実績」として、近藤氏が書かれた原稿や取り上げられた記事が公開されている点です。



※3 <http://info.japanlaser.co.jp/>

たとえば、冒頭で紹介した「第一回 日本でいちばん大切にしたい会社 大賞」の中小企業庁長官賞 受賞記念講演資料※4には最後に次の一文があります。

「私は、社長としては、日本レーザーを大きな会社にしようとは思いません。しかし、社員が、そこで自己成長の機会を得て、その仕事に満足し、自己実現できる舞台をつくる手助けをしていこうと思っています」

※ 4 <http://info.japanlaser.co.jp/547>

また同社では、電子メールで毎週「今週の気づき」を社員に発信しています。上司、役員、社長と社員間での意思疎通を図るためです。

（１）笑顔が右脳に働きかけるモチベーションアップの表現だとすれば、（２）自分の考えを公に伝えることは左脳に働きかける表現です。日本レーザーでは、社員満足を支える表現が仕組みとしてバランスよく構成されています。

**顧客満足を高める前提として社員満足が必要であり、**

**社員満足を高める前提として社長（上司）の表現力が必要である。**

みなさんの会社はいかがでしょう。思いの丈を表現されていますか？ まだまだ表現し足りない部分があるかもしれません。ぜひこの機会に、表現によって補える部分を見つけ、行動に移されてみてはいかがでしょう。それはきっと、心豊かな過程になると思います。