

顧客満足
の
失敗学
社員満足がCSを実現する！

瀬戸川 礼子

同友館

成功事例 ◆ 日本レーザーの場合

レーザー機器の輸入販売および自社製品開発・販売を行なう日本レーザーは、業績と組織の質がともに高い会社として評価されている。

同社は07年に親会社からM E B O (Management Employee Buy-Out) の形で独立した。M E B Oとは経営陣と社員が一体となり、親会社など株主から会社や部門の経営権を買い取って独立することである。

現在、日本レーザーは、ほぼ全社員が自社株主だ。新人からベテランまで全社員が株主の同社は、士気が高くなりやすいと思われるかもしれない。しかしモチベーションはそれだけで維持・向上できるものでもない。

同社を躍進させた近藤宣之社長の最大のミッションは、「社員満足」だ。

「会社や商品・サービス、担当する仕事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でしょう」と、理由は明瞭である。

そのために近藤氏が重視するのは意思疎通だ。氏は心に誓ったことがある。

「いつも微笑みを絶やさずにいよう」

「よい報告は笑顔で聞く、トラブルなど悪い報告はもっと笑顔で聞く」

親会社で働いていたころ、現場の問題を社長に進言し、嫌な顔をされた。これでは、社員は二度と社長に報告しなくなると思った。目下の人に「顔色を見させよう」ではおしまいだ。ドイツには「不機嫌は怠惰の一種」という格言もある。

近藤氏は、笑顔がいかに意思疎通に影響を与えるかを痛感し、さらに、実際に笑顔のトレーニングを行なったことを特筆したい。たとえば、箸やペンを歯で挟めば口角が上がって笑顔になる。30歳から自主的にトレーニングを始めた近藤氏は、いまでは笑顔の達人だ。

いつも笑顔の人は、「話しかけておいで」「怖くないよ」という情報を発信しているのと同じであり、笑顔の少ない人は、本人の思いとは関係なく、「話しかけるな」「近寄るな」という情報を発信しているのと同じなのである。

トップをはじめ笑顔の人が多い会社の意思疎通は円滑だ。それはあらかじめ約束されたことと言っていい。