

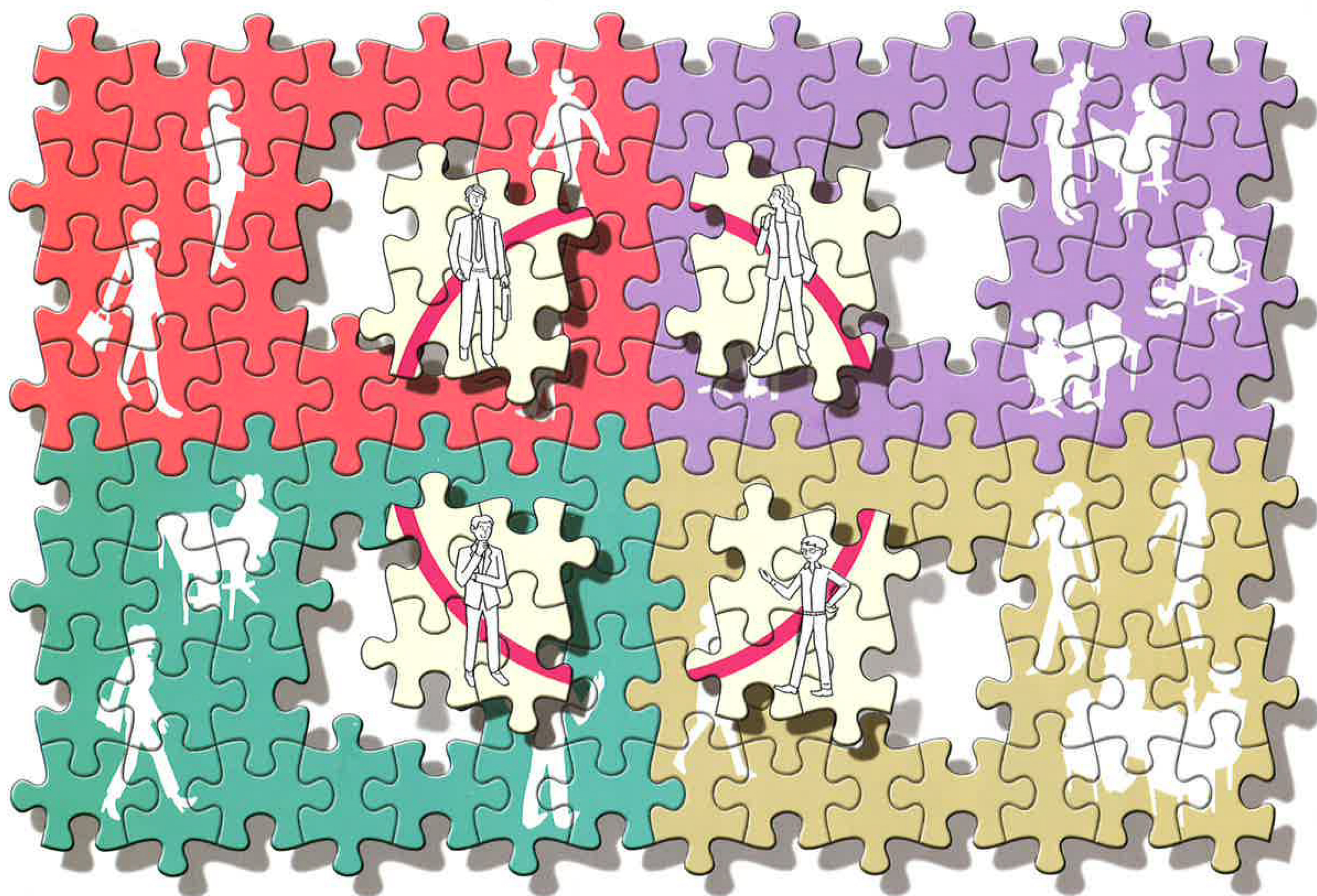
戦略経営者

12

2018
December
No. 386

第2特集

ゼロから始めるリファラル採用



特集

部門横断チーム で勝つ

アサヒ・ドリーム・クリエイト

九つのプロジェクトが全社的課題を解決

販促用POP・ディスプレイの制作を得意とするアサヒ・ドリーム・クリエイトは、大阪と東京に拠点を置く販促支援会社だ。近年は、広告宣伝物を使った販促企画のコンサルティングやセミナー開催にも力を入れている。

代表を務める橋本英雄社長は昨年、「おもてなされ会」という名前の社内イベントで、お菓子のティラミス作りに挑戦した。これは、社内の部門横断プロジェクトの一つである「コミュニケーションPJ（プロジェクト）」のメンバーが企画したもの。このときは、3名の役員（社長を含めた経営幹部）が料理やデザートを作って、従業員たちを「おもてなし」するという趣向だった。これを、誕生日を迎えた従業員をお祝いするとの名目で、3カ月ごとに合計4回開催した。



橋本社長と「スマイルPJ」リーダーの清水さん（右）

（笑）

おもてなされ会の一番の狙いは、役員と従業員たちのコミュニケーション向上にある。そうした社内の人間関係を深める場の提供が、コミュニケーションPJが果たすべきミッションだ。

「コミュニケーションPJに参加しているのは、大阪オフィスに勤務する7名の従業員たち。パネル加工部、インクジェット部、営業部、総務部など、複数の部門から集まったメンバーで構成されています」

一方で、東京オフィスのメンバーで構成されるのが「スマイルPJ」

「だ。みんなの笑顔を増やすことをミッションに掲げる、このプロジェクトのリーダーを現在務めているのが、入社5年目の清水勇介さん。ふだんの営業活動の現場では一般スタッフとして働いているが、プロジェクト活動ではリーダーとして「仕切り役」を担う。

「スマイルPJでは、職場の仲間感謝の気持ちを伝える『おおきにカード』の利用促進にも取り組んでいます。以前は月に10枚程度でしたが、リーダーになってからは月50枚ほど書くようになりました。おおきにカードを手渡すと、みんな笑顔になってくれるので、私自身もうれしくなります」（清水さん）

疑似リーダー体験ができる

他にも、レット症候群の支援活動などをする「ハートムービングPJ」や、快適な職場作りを担う「修善（繕）委員会」などがあり、現在合計九つのプロジェクトが活動している（下図参照）。いずれも全社的な課題の解決を目指して

プロジェクト名	今年の取り組み
修善委員会	工場の断熱、各部署の修繕サポート、騒音対策
品質管理委員会	報告書提出推進、再発防止策の提言 等
安全委員会	機械操作・手入れの安全マニュアル化推進 等
アメーバPJ	経費削減活動、出店体験 等
6S委員会	率先して6Sの重要性を伝える 等
スマイルPJ	「ありがとう」の活性化、働き方改革 等
環境整備PJ	業務効率化を目指した環境整備
コミュニケーションPJ	おもてなされ会、あいさつ運動 等
ハートムービングPJ	レット症候群支援活動 等

活動を行うプロジェクトだ。

「部門横断型プロジェクトを行う目的は、社員共育（社員が共に育つ）を加速・深耕させることにあります。全員参加を原則としており、1人ひとつ以上のプロジェクトに参加してもらっています」（橋本社長）

ちなみにメンバーの入れ替えは、毎年1回実施される。複数の部門を串刺ししたメンバー構成となっ

ているため、プロジェクトに参加するとおのずと他部署のメンバーと親しくなることができる。つまりプロジェクト活動を行うことは、セクシヨナリズムの防止にも役立っているのだ。現在、同社の従業員数は約70名。パート・派遣も含めた従業員一人ひとりが、何かしらのプロジェクトのメンバーとして活躍している。

「また、次期リーダーの育成を図

るうえでも、プロジェクト活動は大きな役割を果たしています。プロジェクトのリーダーに若手社員を起用することにより、「疑似リーダー体験」をしてもらうことができるのです」(同)

リーダーを経験してみないと、たとえ少人数でもメンバーを束ねていくことがいかに難しいかを実感することはできない。その経験を若いうちからできるといふ点に

において、プロジェクト活動は一役買っているのだ。

エンジョイ・カンパニーの旗印

橋本社長がプロジェクト活動をスタートしたのは、今から9年前。2代目として社長に就任してから5年ほどたった頃だ。

当時、橋本社長は中途採用(第二新卒)の若い社員を増やしていくことで、新しい組織風土を形成しようとしていた。その新しく入ってきた社員たちの育成を図るためにスタートしたのが、部門横断型のプロジェクトだった。

「現在、各部門のリーダーとして活躍している責任者たちは、かつてプロジェクト活動のリーダーを経験した者ばかり。そこでチームをまとめる経験を積んだことが、いまのマネジメントに生かされています」

それぞれのプロジェクトでは毎年メンバーが入れ替わるたびに、これからの1年間で具体的にどんな活動をするのかをリーダーが中心となって決めていく。これはまさに、単年度の事業計画を策定する行為に近いところがある。プロジェクトリーダーとして役目を果たすうちに、この辺りの勘どころ

が身に付くわけだ。

ちなみに同社の経営理念は、

「エンジョイ・カンパニー」。社員が自ら機会を創り出すことで成長し、お客さまの感動と感謝が、信頼と利益につながる「ハッピートライアングル」を、バランスが整った正三角形にすることを目指している。プロジェクトの名称に「スマイル」や「ハートムービング」といった言葉が使われているのは、この経営理念と少なからず関係しているところがある。

「エンジョイ・カンパニーは、大学の準硬式野球部でキャプテンを務めていたときにスローガンとした『エンジョイ・ベースボール』がもとになっています。このスローガンを掲げて、みんなで楽しく盛り上げながら野球をやっているところ、チームを率いていたところ、ときどき強豪校に勝てるくらいには強くなれたし、部活を引退するときには下級生から『エンジョイ・ベースボール、楽しかったですよ』と言われもしました」

同社のプロジェクト活動が、エンジョイ・カンパニーの経営理念を実現するための一つの具体策になっているのは間違いない。

(取材協力・尾中税務会計事務所／本誌・吉田茂司)



「おもてなされ会」では橋本社長がティラミス作りに挑戦(左上) 右の写真は、レット症候群支援の募金活動をする「ハートムービングPJ」のメンバーたち



COMPANY DATA

アサヒ・ドリーム・クリエイト株式会社

設立 1966年2月
所在地 (大阪オフィス) 大阪府枚方市招提大谷2-22-20
(東京オフィス) 東京都台東区鳥越2-7-4 B1F
売上高 約8億円
社員数 約70名
URL <https://www.pop-asahi.jp/>