

株式会社ハーモナイズ

昔からの取組みが 気付けば社会貢献に



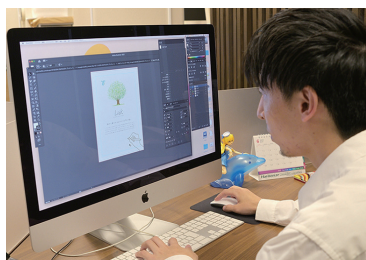
株式会社 ハーモナイズ

代表取締役社長
井手 広幸

お客さまにとって本当に必要な取組みを 提案することが環境配慮に

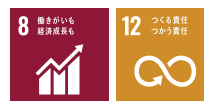
当社は企業の販促物（チラシ、ポスター、ホームページ等）の制作に携わる会社です。設立初期は、紙を中心とした事業を展開してきましたが、東日本大震災以降、紙媒体への需要が落ち込み、それに合わせてWeb制作や運用などのデジタル分野にシフトしました。現在では、**紙の適正な使用量を見極めて紙を削減することで余る予算の有効活用や、載せられる情報量の多さや更新の容易さをお伝えしながらデジタル化への移行を提案**するようにしています。

例えば、定期的にポスターを更新するお客さまに対しては、デジタル化することによって印刷に必要な紙資源や廃



棄する際のゴミ、ポスター貼替の作業負担まで軽減できることを伝えています。実際にデジタル化することで「余った予算で新しい取組みをすることができた」「作業負担が減って助かった」等のメリットを多く実感いただいているようです。

最初から環境配慮を強く意識していたわけではなく、経営理念である「お客さまの良き相談相手になる」を大切に活動し続けた結果、環境に配慮する形のビジネスにつながっていきました。現在では、環境につながる当社の活



従業員数

7名

設立

2009年

事業概要

インターネット関連サービス、広告デザイン関連サービス

動を認識し、そのうえで他に当社としてできる取組みがないかを考えています。例えば、私の経験から、すぐ捨ててしまうと感じたショップカードは、より沢山の方に長く使ってもらえるよう、アプリ化することを提案してみました。このように**お客さまに対して本当に必要なアドバイスを提供することで、お客さまとの信頼関係が厚くなり、リピートしていただける方が多いのかなと思います。**

また、社内でも電球や蛍光灯をLEDに変更し、不使用の部屋のエアコンを消す等、無駄を削減する取組みを推進しています。従業員にも「人としてやるべき当たり前のことをきちんと行おう」と熱心に伝えており、その当たり前のことが環境配慮にもつながっていますね。

強制ではなく、従業員が 自主的に参加できるような仕組みを

健康経営についても積極的に推進しています。私自身が「健康経営」の言葉を初めて耳にしたのは約2年半前で、その当時は詳しい知識を全く持っていませんでした。しかし、厚木法人会青年部会長として会議に出席した際、健康経営が議題に挙がっていたことから関心を持ち、情報収集に努めるようになりました。関連セミナーへの参加や専門書を読むことで知識を深めようとしたのですが、具体的な取組みのイメージが湧くまでにはしばらく時間がかかり、**普段の取組みを健康経営と紐づけることで少しずつ理解が深まってきたように思えます。**

大同生命が提供するウォーキングキャンペーンに参加



したり、従業員の「心」をリフレッシュさせるために忘年会等を積極的に開催したり、今では休みがとりやすいような勤務体制も取り入れました。最初は今までの取組みと健康経営のつながりを把握していくことを意識的に行っていましたが、徐々に「従業員の健康のために具体的に何ができるだろうか」と考えるようになりましたね。

大切なのは、従業員に決して強制せず、自主的に参加してもらうことだと考えています。そのために、私自身が先頭に立って実践し、感想を共有することで参加意欲を引き出すように努めています。例えば、ウォーキングキャンペーンでは、「アプリを使ってポイントがこれだけ貯まったけど、あなたはどれくらい貯まった?」というように従業員とのコミュニケーションの中で健康経営への取組みを意識づけるような工夫をしています。



このような工夫を継続することで従業員からも「忘年会でゲーム大会を行いましょう」等の自主的な提案が生まれるようになってきました。健康経営に取り組むことで、従業員の参加意識が高まり、一緒に取り組む姿勢や仲間意識が醸成されてきていると実感しています。今では、従業員の心身の健康こそが会社の生産性につながっていると強く感じています。

企業の想い・理念を分解して 再度言葉にする

最近では、経営理念の見直しを進めています。経営理念の言葉の中で、説明できる部分とできない部分があることに気



付き、数名の従業員とともに解説しながら検討しています。経営理念こそが企業の基軸であり、個々の理解のずれが事業や取組みの意義を伝えづらくさせ、入社した人がすぐにやめる等の原因にもなりうると感じています。そのため、一言一言を分解し、全員が理解できる形で再解釈しています。

理念を見直す中で、「中小・零細企業の社長が元気になるようなお手伝いをしたい」とお客さまである企業の将来についても考えるようにもなりました。理念が明確になればより多くの取組みにつながると思いますし、社外に公開することでお客さまはもちろんのこと、地域や取引先等も巻き込みながら会社が成長できればいいなと思っています。

サステナビリティ経営の取組みは、「継続」することが大切だと思っています。現在の取組みを社会課題に関連づけ、その次にサステナビリティを意識して取組みを広げることで、活動がアップデートされていくことを実感しています。いきなり無理に大きなことをしようとせず、できることから少しずつ進めることが重要なのではないのでしょうか。

ここがポイント!

- お客さま本位の姿勢でSDGs課題にアプローチしている
- 従業員が自主的に参加できる仕組みをつくっている