

株式会社島田電機製作所

モノづくり×組織づくり×ファンづくりで 事業と組織の持続可能性を向上



株式会社 島田電機製作所

代表取締役社長
島田 正孝

従業員数

55名

設立

1949年

事業概要

各種エレベーター、エスカレーター用操作盤、表示器の製造及び販売

“守り”から“攻め”の経営へ。 全国から応募が集まる中小企業

私は2013年に社長に就任しました。当時は売上が低迷しており、コストの見直しに取り組まなければならない状況でしたし、同族経営企業の5代目社長でもあったため「会社を何とか存続させなければ」という“守り”の姿勢で経営を行っていました。しかし、次第に「100年、それ以上にわたって組織を持続可能にするには製造業の慣習にとらわれてはいけな」と気づき、老舗同族経営企業でありながらベンチャー気質の“攻め”の経営に転じました。

特に注力しているのは、社員のエンゲージメント向上です。「島田電機で働く一人ひとりが“全員主役”。自分らしく、島田らしく、人も会社もオンリーワン」という考えのもと、人中心の成長・やりがいを体現できる会社を創っていくことを目指しています。様々な取り組みの甲斐もあり、事業面は好調ですし、採用面でも以前は近所だから当社で働くという方が多かったのですが、現在では全国から当社の価値観に共感してくれた方が応募してくれます。また、メディア掲載件数は200件を超え、先日は東京都副知事に講演会にて「世界に誇る東京の中小企業」としてご紹介いただきました。

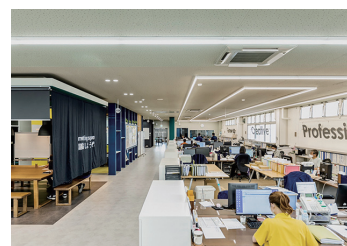
社員のエンゲージメントを向上させる ユニークな取り組みの数々

当社では、職場環境をオープンにするとともに、社員が

お互いコミュニケーションをとれるような機会づくりや、リーダーシップ等のスキルを磨く機会など数多くの取り組みを提供しています。また、それぞれの取り組みは単発で行うだけではなく、きちんと継続的に機能するような仕掛けが大切だと考えています。どうすれば社員が参加したいと思うか、楽しいと思ってくれるかを常に考えていますし、私自身も率先して参加しています。このような活動を続けていくと、それぞれの活動は点であっても、活動の意味がつながって線となり、効果が高まるのです。

～職場環境～

オープン・フラットな環境をつくるため、部署間や作業場とオフィスの間の壁を取り払いました。社員の主体性を引き出せるよう、自分たちで制作したものを各所に配置するなど、自分らしさを表現した空間づくりを心掛けています。



～社内カフェ＆バー～

コミュニケーションの場をつくるため、社内に無料のカフェ＆バーを設置しています。バーは日々の業務終了後や宴会の際に誰でも利用でき、来客との懇親にも活用しています。

～スキルアップ～

私が自ら講師を務め、コミュニケーションやリーダーシップに関わるヒューマンスキルを学ぶ勉強会「島田塾」

を開催しています。

また、趣味や習い事にも補助金を出し、社員に「らしさ」を磨いてもらっています。業務に関係するしないにかかわらず、得意を含めてスキルであり、「らしさ」は人の最大の武器だからです。

～社内表彰～

毎月設定されるテーマに応じて社員を表彰しています。他の社員に目を向けてもらう機会にしたいので、表彰者は社員の投票で決めています。社員の参画意欲を高めるため、サイコロで出た目によって賞金の額が変わるなど、ユニーク性、ゲーム性を取り入れています。



事業活動はファンづくり。

ディズニーランドよりも行きたい工場見学とは

事業を行ううえで意識していることは、「事業活動はファンづくり」ということです。ファンをつくるためには、過去や常識にとらわれない「らしさ」が必要だと考えていますので、他社にはないユニークさを磨き、取引先や一般の方にファンになっていただくことを意識しています。生産性を求めすぎると「らしさ」がなくなってしまうと考え、社員には仕事を進める際には生産性ではなくパフォーマンスを高めようと呼びかけています。

ファンづくりに欠かせないのが当社の代名詞である工場見学です。見学の際に体験できる「1000個のボタン押し放題」は様々なメディアに取り上げられています。また、現場社員が見学のアテンドを行っており、一般の方に当社の

業務について説明するのは困難ですが、携わる社員たちは伝え方を試行錯誤しながら事業の魅力を伝えています。参加者は日本全国から集まっており、過去には「ディズニーランドよりも工場見学に行きたい」とおねだりしてくれた子どももいました。参加費は無料ではありますが、参加者から直接フィードバックやアイデアをいただけるため、当社側も十分メリットがあると思います。



何ごとにも良い取組みを行うためには、目的を明確にして社員と共有することが重要だと考えています。当社は様々なアイデアを形にしていますが、社員同士で目的を共有しているため、効果の大小はあれど、取組みが失敗したことはないのです。企業は売上などの数値的な目標にどうしてもとらわれがちで、私自身も売上を意識しすぎて何をやりたかったのか分からなくなってしまった経験がありました。目標達成ももちろん大切ですが、それよりも事業を行ううえでの目的を持つことが何よりも大切なのではないのでしょうか。

、ここがポイント！／

- 長く続く企業経営を第一に考え、最も重要なことを人材と捉えている
- 社長の想い・考え方を軸に、エンゲージメントを大切にしたい取組みを実施している