

困難な時こそ
企業の真価が問われる。
人を大切に
する経営が
底力を発揮します。

弁護士
檜垣 誠次 氏



本質的な意味を理解してこそ
「愛」「まごころサービス」が
実現できる。

上新電機さんは社を「愛」、経営の基本精神を「まごころサービス」として、全国で事業を展開されています。私は「愛」や「まごころ」と聞いて、企業として極めて高い目標を掲げられるなと思いました。なぜなら愛やまごころは数値で計れるものではなく、例え上新電機さんの従業員が心を込めて接客していても、お客さまにその思いが伝わらなければ、愛やまごころを実践していることにはならないからです。

このような精神性の高いものを推進していくには、従業員一人ひとりがこの言葉の持つ本質的な意味を理解し、行動しなければなりません。そして社長をはじめ経営陣が、現場の従業員たちと心を1つにして「愛」や「まごころ」の実践に取り組んでいく、その体制が

初めて機能するのだと思います。これは一朝一夕に実現できるような簡単なことではありません。ふだんから従業員教育や研修に力を入れて人を育てていく、そんな積み重ねの賜物だと思います。そして何より、従業員が「やらされている」と感じるのではなく、自ら考え行動することが大切です。「愛」も「まごころ」も情緒的かつ主観的なものであり、1つ間違えると押し付けになってしまいます。あくまでもお客さまの立場に立ち、心からのサービスを行うこと。そのためには従業員の主体性が求められるのです。

人材ではなく「人財」。
従業員を大切に
する企業であること。

それでは主体的に行動できる従業員を育てるために必要なことは何でしょうか。私は、風通しの良い社内風土を

心がけ、経営の透明性を高めることだと思っています。それは例えば、ミーティング等で誰もが意見を述べやすい環境になっているか、現場の声が経営者に届きやすい組織になっているか……というようなことです。このような職場環境なら、従業員もモチベーションが上がり、会社への信頼を深めていくでしょう。自分の声が届いた、アイデアが採用されたという体験はうれしいものです。

これは要するに、企業が従業員を大切にすることです。長い会社生活にはいろんな変化が起こります。心身の不調や、育児や介護の問題が生じることもあります。従業員の成長を長期で捉え、自主的な取り組みを評価して、困難な状況でもサポートしていく……従業員を育成するには本当に時間がかかるものです。

そういえば、以前に上新電機の社長さんにお会いする機会があり、「当社に

とって人材というのは、『材』ではなく『財』なのですよ」というお話を伺ったことがありました。「人財」という表現に、人を大切にする企業なのだと感銘を受けました。上新電機さんの「愛」と「まごころ」を根幹とする経営には、この理念がベースにあるのだと実感しています。

電化製品は生活インフラ。
緊急時にこそ
お客さまと向き合う意義。

私は家電製品の販売は、フェイス・トゥ・フェイスが基本だと思っています。ある説によると、その人が伝えたい情報は、発せられる言葉だけでなく、表情や身振りを見ることによってはじめて正確に把握できるそうです。私たち弁護士も同様で、対面でない依頼者の訴えを正しく理解することは難しいですね。電話やメールでのコミュニケーションには限界があります。

若い世代ならインターネットの情報で十分かもしれませんが、高齢のお客さまはそうはいきません。フェイス・トゥ・フェイスで販売員さんに自分の要望を察知してもらい、ぴったりの商品を提案してほしいと考えています。販売という仕事には、お客さまがどんな商品を求めているのかを聞き出し、最適の商品を見つけ出す高いスキルが必要ですね。商品情報力に加えて、会話力やプレゼンテーション力を磨くことにも力を注いでいただきたいと思います。

しかし2020年に入って新型コロナウイルスが世界中に蔓延し、人と人との接触が極度に制限される事態となりました。通常の接客が困難な中で、上新電機さんをはじめとする家電量販店は緊急事態宣言の発出中も営業を続けることが求められ、感染拡大防止策をとりながらお客さまを迎えておられました。外出を自粛している時に来店される方は、「家電が壊れた」「今すぐ必要」など緊急性の高いケースばかり。今の時代、家電がなくては、生活に大きな支障が出てしまいます。私は、家電製品は暮らしになくてはならない「生活イン

フラ」だと考えています。もはや冷蔵庫や照明器具のない毎日は考えられません。多くの小売業が休業する状況で、家電販売店が営業することには社会的な意義があります。新型コロナウイルスの感染が終息するまで、非常に厳しい販売環境が続きますが、上新電機で働く方々が、家電販売店が営業することの必然性を十分に理解して業務に取り組んでいただくことを願っています。

困難な状況にこそ
上新電機の底力を発揮。

新型コロナ禍においても企業価値を高め、継続的な発展を目指していくことは企業の責務だと改めて思います。ガバナンスを高めること、コンプライアンスを遵守することなど、基本的な課題に真摯に向き合うことが大事で、非常時にこそ企業の真価が問われます。財務面で逼迫すると取引先にしわ寄せをしたり、不都合な事情を隠蔽したり、好況時には表面化しなかった問題が次々と現れがちです。

このように社会全体が疲弊する時にこそ、これまで地道に続けてきた企業努力が力を発揮するのではないのでしょうか。従業員教育やお客さまサービスというのは財務に直結せず、すぐに効果が出るものではありません。しかしそれらを継続してきたことが信頼へとつながり、企業の存在価値を高めます。上新電機さんが70年以上にわたって積み上げてきた信用、育ててきた人財、培ってきたノウハウ……非常時にこそ御社の底力が評価されるのだと考えます。

環境、安全、地域など
バランスのよい企業活動で
さらなる飛躍を。

上新電機さんは阪神タイガースのオフィシャルスポンサーを務めるなど創業の地である関西を基盤とし、地域の活性化に貢献されています。環境面に

おいては家電リサイクルやリユース等に率先して取り組み、製品安全では経済産業省より「製品安全対策ゴールド企業」に認定されるなど、持続可能な社会の実現に向けて前向きな取り組みを行っておられます。従業員にも家電アドバイザーやスマートマスターの資格取得を奨励し、ISOなど数々の認証取得を行うなど、バランスのよい企業活動を行っているという印象です。そしてその活動のすべてが、ステークホルダーへの「愛」「まごころ」へとつながっていくのです。

家電製品は私たち生活者にとって、長いつきあいとなる必需品です。購入して、配達して、取付けして、故障したら修理して、使用済みになったら廃棄やリサイクルを依頼して……それはそのまま家電量販店とのつきあいになります。今後高齢社会はますます進みますが、高齢者にとっては家電製品の困りごとの相談相手でもあるわけです。これからは高齢者に役立つサービスや店舗運営など、ソフト面にも一層力を注いでいただけると嬉しいです。生活インフラを支える企業としての価値を高め、社会に貢献できる企業として邁進していただきたいと思います。



2020年5月14日 大阪市内にて
(写真右：上新電機株式会社 CSR推進室 名畑室長)

檜垣 誠次(ひがき せいじ)氏 プロフィール
弁護士。檜垣・鎌倉・寺廣法律事務所代表弁護士。大阪大学法学部卒業後、1981年弁護士登録。鎌倉利行法律事務所入所を経て現職。大阪弁護士会に所属し、2006年度大阪弁護士会副会長。民事法、商事・会社法、企業法務、労働事件、証券取引法、行政法などの分野で活躍し、企業の監査役なども務めている。

■ 上新電機株式会社 執行役員CSR推進室長
名畑和世より

上新電機株式会社の活動報告について、貴重なご意見をいただき誠にありがとうございました。高齢社会におけるサービスの充実や従業員の育成に関する取り組みなどいただいたご意見を真摯に受けとめ、より幅広い活動の推進と情報開示に努めてまいります。