

個人と組織の活性化お役立ち情報

なでしこ通信 vol.7

編集・発行 株式会社 3 キャリア



宣言企業インタビュー

「あったらいいな」はヒットの原点
～女性の発想を活かしたものづくり～ 本橋テープ株式会社

テープ = 細幅織物をご存知だろうか。幅13cm以下の織物のことで、カメラやバッグの肩掛けベルト、ストラップやシートベルトなどに使われている、と聞くと思い当たる方が多いかもしれない。静岡県内では浜松市や吉田町が産地として知られ、30年前には吉田町とその周辺だけでもメーカーが200を数えたそうだ。しかし現在では、海外製品との価格競争に押されたことなどから、10分の1以下に減ってしまっている。

こうした中、新商品の開発で気を吐くのが本橋テープ株式会社。国内生産にこだわる人気カバンメーカーの肩掛けベルトは同社のシェアが7割を占めるなど、メーカーとしての存在感を示してきた。しかし、価格勝負では勝てない今、製品にどんな付加価値をつけていくのか。素材開発と共に、消費者向けの完成品を模索してきたと言う。



「これはいい!と。ピピッときた、まさにそんな感じでした」転機となった商品の誕生を本橋真也社長はそう振り返る。2年前のある日、女性社員がテープで編んだバッグを持ってきた。丈夫さ、色の組み合わせ…これはいける、と感じたそうだ。

試作品を作ったのは製造部加工課の三輪桃子さんと武田真美さん。裁断したテープの切れ端が無駄にならないよう、何か作れないかと考えてトートバッグに行きついた。「こんなものがあったらいいな、と思って作りました。でもまさか、商品になるとは」と三輪さん。社長のGOサインを得て、持ち手に強度を加え、ポケットをつけるなどの改良を重ねた。「こうなったら、みんなの理想を集めてみよう、と」周囲の女性従業員を巻き込み、作り上げていく楽しさが充実感にもつながった。

もともと同社は、テープの種類で国内最多の在庫を持つのが強み。多品種少ロットにも積極的に取り組んでおり、様々な色が用意できる。これが新商品にも活用できた。すべて手編みで作るため、色やファスナーの組み合わせは自由。オーダーメイドが可能だ。最終的に「拵(こしらえ)」と名付けられたトートバッグは今や人気商品となった。先代の社長から受け継がれた、社員の声を積極的に取り入れる風土と新しいものづくりへの意識の高さが結実したとも言える。

「踏ん張り時の頑張りや責任感の強さ。女性の力に支えられています」と本橋社長。特許出願中のテープとそれを使ったアウトドア商品など、新商品の開発をさらに進める中で女性幹部社員の登場も期待している。(取材:鈴木 富貴)



【会社概要】 本橋テープ株式会社
代表取締役: 本橋真也
所在地: 榛原郡吉田町住吉3216-5
設立: 1986年5月
社員数: 34名 (うち女性23名)
事業内容: 細幅織物製造及び加工、販売
HP: <http://www.motohashi-tape.co.jp>



管理職のホンネ&女性社員のホンネ

会社の飲み会についてどう思う?

△ ほとんどなくなってしまった。参加の強制はできないので、仕事以外の話をする機会が減った。(40代 男性管理職)

○ 職場を離れて話す事で、普段とは違う会話ができると思う。(30代 男性管理職)

○ オフィスの席だと聞けないことも飲み会で聞けるので、貴重な時間だと思う。(20代 女性社員)

× 世代が違い過ぎて話が合わない。(20代 女性社員)

△ 自分が部下のときは普段話しにくい上司と話すのは有難いと思っていたが、自分が上になると、押しつけになってないか逆に気をつかう。(40代 女性管理職)

○ 普段の仕事の中ではゆっくり話ることができないので、年数回の飲み会が良いと思う。(40代 男性管理職)

○ いろんな方と話せる機会なのでいいと思う。意外な一面も見れるので楽しい。(20代 女性社員)

△ 世代が違う人と仕事をしているので、職場とは違う会話をする機会は大切と思うが、お酒が入ることにより、くだけ過ぎるのもよくないと思う。(20代 女性社員)

△ 参加しない人が増えた。「仕事以外で仕事の人に気をつけたくない!」と言う人ほど、仕事の時も気がつかっている感じがしない。(30代 女性管理職)

管理職の方々は、社外での飲み会に対して強制感がないか、部下が嫌に思わないかを気にしている方が多いようです。飲み会をコミュニケーションの場と捉えられる方は、その時間を楽しめているようですね。

× 上司にお酌するなど、気を使う場合は行きたくない。飲めないで、お酒は勧めないでほしい。(20代 女性社員)



経営者・人事担当者・管理職（全2回）勉強会開催（7/23）レポート

第1回 女性社員の戦力化 事例勉強会

「第1回 女性社員の戦力化 事例勉強会」を開催しました。

第1部では、経営層と女性社員のペアでご登壇いただき、女性の戦力化に一步踏み出した3社の取組み事例を紹介していただきました。

◆榊竹屋旅館／「指示」から「傾聴」する管理職へ変化したことで女性社員から発案

◆ヒダ㈱／新卒社員のロールモデル育成のスピーディーなジョブローテーション

◆伊豆箱根鉄道㈱／管理職候補になる人材に目をつけ育成は計画的に時間をかけてという重要なキーワードを頂きました。

第2部では、6つのテーマに分かれ自社の取組みと課題について意見交換会を行いました。

・実は男性社員の意識改革が必要だと再認識できた。

・管理職登用には目標設定と評価基準の明確化が必要。

・制度だけでなく、会社全体の納得が必要。

・普段からチームとして仕事をする。

・いろいろな活躍のステージを作る。

など、「他社事例からアイデアがもたらえた」という声が多く聞かれました。

今回、経営者・管理職の方だけでなく、女性社員の方が14名参加されましたが、「経営者や管理職側の考え方を伺うことができた」、「女性からの意見を重要視していること、戦力化を考えていることなど、人事的な視点の話が聞け

た」と様々な業種、職種、役職が入り混じったことで、得られることも多かったように思われます。

第2回勉強会は12月9日(水)、また年明け1月20日(水)には成果発表会を開催します。

【プログラム概要】

2015年7月23日(木) 13:30～16:30
 場所：静岡県教育会館4階 大会議室
 参加者数：44名 県関係者見学：7名
 参加者総数：51名
 ファシリテート：内田 美紀子



ビジネスに感情は必要？不要？

語るキャリア代表 内田美紀子

私が管理職になりたての頃、部下に書類作成をお願いしても指示通りに出来上がらない、自分でやったほうがよっぽど早いと思っていた。たびたび湧き上がる負の感情、ストレス。それは相手の理解不足から生じるとばかり思っていた。その当時の私の価値観は「用件を端的に伝え、お互いが合理的に理解し合うことがビジネスパーソンの基本。わからなければ、相談・質問してくるのが当然」という考え。今思うと部下に謝りたい。

自分が伝えたいことが100%相手に伝わるのではない、元々育ってきた環境や経験が違う中で、同じ言葉でも捉え方や理解が違うことを知らなかった。そして、上司に対して、そんな事もわからないの？と指摘されるのはという気持ち(感情)が生じて、わからない事をわからないと率直に伝えることができなかつたり、忙しい中で何度も訊いては申し訳ないという気持ち(感情)が生じて確認するタイミングを逸したり。そういう部下の感情を感じとる力が欠落していた管理職だった。

「アサーティブ」というコミュニケーション方法を学ぶことによって、伝えたいけど伝えられない、相談できない人があることを知る。ビジネスに感情はいらないと思っていたけど、感情を伝えることは正確に相手に要求を伝えるためにとても大事なことだと知る。今回の研修でアサーティブな伝え方を学んだ管理職や女性社員の方は、周囲との関係性が良好に変わってきているのではないのでしょうか。

INFORMATION

◀今後のスケジュール▶

【女性社員フォローアップ研修】
 静岡：10/7(水)
 沼津：10/14(水)
 浜松：10/16(金)

【第2回 女性社員の戦力化 事例勉強会】
 12/9(水) 静岡県教育会館

【成果発表会】
 1/20(水) あざれあ 大ホール

女性の戦力化でお困りの事やお悩み事がありましたら、メールなどでお寄せください。

E-mail: fujinadeshiko@uruoiplus.jp



プログラムに関するご質問・お問い合わせ

株式会社するるキャリア

〒420-0852 静岡市葵区紺屋町11-1 浮月ビル5階
 TEL : 054-252-8820 FAX : 054-270-6520
 URL : http://www.uruoiplus.jp
 E-mail: fujinadeshiko@uruoiplus.jp