

2021.12.10

# Heart

第93号

to

心から心へ

# Heart

新たな気持ちで  
ビジョン30実現へ  
挑戦します!!



## ありがとうございます!!

2021年度(第29期)本社員永年勤続表彰  
(5年、10年、15年、20年、25年)



## 玉城大地さん 希美香さん ご結婚おめでとうございます!!

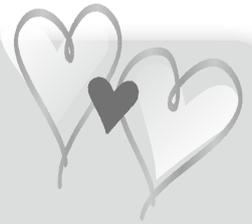


ダブルツリーヒルトン那覇首里城にて  
2021年11月20日(土)



人と建物を育む愛の環境サービス

### 新日本ビルサービス株式会社



# 人間の心を経営の柱にする

新日本ビルサービス株式会社 社長 関根 一成

さわやか社員の皆さん、こんにちは！お元気ですか！いつもお仕事ありがとうございます！

新型コロナウイルス感染症が急速に収まり、旅行や外食など我慢していた日常生活も出来るようになり経済活動が再開し始めました。今まで通りに感染対策に油断なく努めながら、活気ある日常を取り戻していきたいと思えます。

ときめいて、煌めいて、  
ひたすら輝いて、生涯青春！

10月29日(金)午前10時快晴の中、SOCOLA南行徳がグラントオープンしました。

野村不動産グループ様が開発運営する近隣型大型商業施設で、驚くほど多くのお客様にご来館頂きました。同施設はダイエー南行徳からイオン南行徳へ、そして今回全面リニューアルしたSOCOLA南行徳として生まれ変わ

り、私たち新日本ビルサービスが約20年の長きに亘り清掃業務を担ってきた有難い現場です。

当日、朝勤務のさわやか社員さんに集まってもらい、短時間でしたが楽しく有意義な親睦の場を持つことができました。オープン当時からお務めになつている大貫しんさんは「来年勤続20年になります。そこまでは何としても頑張ります」と僕に元気に挨拶してくださいました。

勤続17年の伊藤登志さんも元気滲刺で、朝勤務の多くのさわやか社員さんは彼女が勧誘して入社してくれたことを知りました。伊藤さんは施設内のカフェでお茶をしている仲間で、これらと思う方に「清掃の仕事をしましょう」とお声がけしたそうです。

皆さんのお話を聴くと、「持病があつて清掃の仕事に自信が無かつたのですが、働いている内に元気になり治ってしまいました」築地の魚河岸に勤め定

年退職した男性は「しばらく家に居たが身心がなまってしまい、近くで仕事を探していたところを伊藤さんに勧誘されて入社しました。社長、やっぱり仕事をしていると元気になるね！」と嬉しそうに笑顔で話してくれました。

伊藤登志さんから折に触れてお手紙を頂き、僕の心の支えになっています。

「社内報の冒頭の社長の言葉、人間にとってより良い環境を創ることこそこの創ることに全力を傾けてきたこの会社は決してへこたれず、ぶれ



▲SOCOLA南行徳の元気滲刺なさわやか社員さん(左端が伊藤登志さん)生涯青春!!

ることなく、より大きく前進していけると確信いたしました。一日の仕事を納得するところまで仕上げてホッとした時、私は充実感にひたります。この小さな幸せがとてもありがたいのです。だから仕事を続けられるのです。これからも一日が終わって「今日も本当にいい日だった」と思える毎日でありたいのです。

イオンさんの食品売場も床が張り替えられ、この美しさを保っていくためみんながんばらねばと気の引き締まる思いです。10月29日のグラントオープンをひかえ、これから先益々努力していく覚悟であります。永い人生、寄る年波におぼれない様に社長見ていてくださいね。(本当にだいじょうぶかい

な：「チヨットこれ本音」

生涯青春／私たちの生き方と仕事を  
通じて、コロナ禍の中で日本を元気に  
しましょう！

## 人が心がすべて

僕の仕事と人生のメンターに、群馬  
県安中市に本社があるユー・コーポ  
レーション創業者・内田徳男氏がおら  
れます。同社はエレクトロニクスユ  
ニットの製造、研究開発支援サービ  
スクリーン印刷製品の製造などを手掛  
ける営業利益率20%前後を継続する工  
クセントカンパニーです。

内田会長の原点は、戦後、代用教員  
として小学校4年生の担当になった時  
に生徒達の心に火をつけた実体験です。  
内田先生が風邪をひいて病院で診て  
もらい自宅に帰ると、教室にいるはず  
の子供達が家の周りに大勢いるので  
叱られるのは分かっているのに、生徒  
達は内田先生を心配して学校から脱出  
して来たのです。この時に子供の代弁  
者にならなければと教師の使命に目覚  
め、教科書を使わずにその子の能力に  
応じた能力別教育を本気でやろうと決  
意しました。

休み時間になっても教員室に戻らず  
に、教室にそのまま残って一緒に過こ  
す。外で遊ぶにしても、教室で何かす  
るにしても、休み時間を大事にする。

この事が子供達の心に火をつけ、人間  
として生きる力・ひとり一人の個性を  
引き出す楽しい自発的な能力開発につ  
ながりました。

内田会長はガリ版印刷から始まり、  
スクリーン印刷で創業し、ユー・コー  
ポレーションへ大発展する過程で、  
人間の心を経営の柱に据えました。

社員はかけがえのない人であり、会  
社の将来を担う人であ  
る。実際に働いている  
のは社員であり、どう  
いう気持ちで働いてい  
るか。どうやったら社  
員は喜んで仕事をする  
か。社員が本当に喜ん  
で仕事をしているか。  
どうやったら社員の心  
に火がつくか。

「会社の品質とは、そ  
の会社で働いている人  
たちの精神であり、今  
働いている人のレベル  
です。その精神を創る  
のは社長です。どこま  
で深く自分の仕事とし  
て捉えているのか。勤  
めというのは給料が見  
返りになりますか、そ  
れだけです。自分は

この仕事をやりたくて会社に行くとい  
う確かなものを持っているのと、ただ  
生活のために会社に行くのでは大きな  
違いがあります。

会社というのは小さくても大きくて  
も人間で成り立っている。人間が全て  
の財産であり、人間の心が全てです。  
世の中は、そんなに楽しいものではな  
いと思いがちですが、世の中を楽しい  
と考えるか、楽しくないと考えるか、



▲ユー・コーポレーション創業者・内田徳男様と奥様・和子様を囲んで生涯青春!!

どう解釈するかです。せっかく多くの  
仲間がこの会社に来てくれた。それな  
ら楽しい会社にしなればもったいな  
い。では、誰が仕事を楽しくしてくれ  
るのか、誰かが楽しくしてくれるのを  
待つのか、それよりも自分が一番楽し  
い思いをできる人間関係づくりを始め  
ることが大事だと思う」

今年満90歳になった内田徳男氏の肉  
声で語る実体験と卓越した成果は圧倒  
的な説得力があり、仕事と人生の真理  
だと思えます。

スパロイヤル川口事業所の堤幸子  
チーフから嬉しい「ありがとカード」  
が届きました。

「今年も誕生日のお手紙ありがとうございました。  
大変な一年でしたが、仕事  
がある幸せ、健康である幸せ、そして  
良き仲間がいる幸せに感謝しています。  
今年75才での運転免許更新となり認  
知機能検査を受け100点を取り少し安心  
しました。もう少しの間、運転して  
いてもいいかなあ」と更新を致しま  
した。青春時代は益々遠くなりますが、  
「ときめて、煌めいて、ひたすら輝いて、  
生涯青春！」新たな気持ちでビジョン  
30に挑戦してまいります」

これからも、さわやか社員の皆さん  
と共に、力と勇気と信念をもって、  
ビジョン30実現に挑戦してまいります。

1995年6月の事業開始から地域に根ざした施設として個別のニーズに寄り添い、入居者様が安心した生活を送れるように専門職によるきめ細かいサービスを提供しています。



▲特別養護老人ホームきりしき 〒338-0011 埼玉県さいたま市新中里2丁目8-6



▲最新のウレタンコーティング施工を導入し美観維持向上に努めております。

日本を代表する環境用品ケミカルメーカー、リンレイ様と共同開発したフロアコーティング。今後は抗菌機能を持つ次世代のコーティング剤に挑戦します。



◀看板猫ちゃんたちがかわいい。

▼開放感あるエントランス。



皆さまこんにちは。  
 今回は令和3年4月より新規スタートとなった特別養護老人ホームきりしき様をご紹介します。  
 特別養護老人ホームきりしき様は、南与野駅から徒歩8分の所に位置している複合福祉施設です。地域とのつながりを大切にしており、施設内職員様は入居者様が安心して生活できるようにサービスを提供しております。  
 清掃は8時半から12時の2名体制です。清掃範囲は通路やトイレ等の共用部スペースを担っております。現在4名のさわやか社員が所属しており、日々施設内の衛生環境を維持できるように努めております。これからも快適な環境をお届けできるよう頑張ります。



埼玉営業部 原田夏緒里

社会福祉法人 明日栄会きりしき  
特別養護老人ホームきりしき



施設長 金子 史人様  
かねこ ふみと

いつもマネージャーの原田様を中心としたスタッフの皆様は施設内をきれいに清掃していただきましてありがとうございます。私どもはさいたま市の前身である旧与野市時代に市内で一番最初に設立された特別養護老人ホーム「きりしき」を運営しています。

新日本さんには4月より当施設の清掃業務をお願いしていますが、きっかけは以前委託をしていた清掃業者の業務縮小に伴いその選定で悩んでいたところ、別の施設で新日本さんの仕事ぶりを既に知っていたスタッフからの紹介が決め手となり決定に至りました。依頼している丁寧な仕事ぶりのもとより、施設での衛生用品などに関する質問にも気軽に乘っていたいただき、早くもとても心強いパートナーであるとかんじています。これからも長いお付き合いとなりますよう、どうぞよろしくお願いたします。



▲リフォームしたトイレと洗面台。

▼従来棟1階2階廊下。



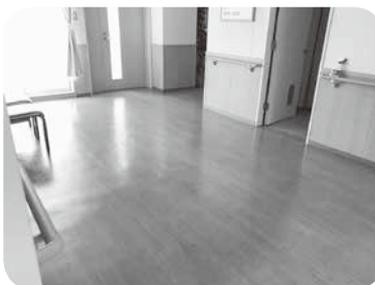
■ウレタンコーティングを導入し、格段に美観が向上し、作業効率が高まりました。



▲日常動作訓練室。



▲ユニット棟エントランス。



▲ユニット棟EVホール。



◀ユニット棟階段。



▲佐藤絵美さん



▼神山美奈子さん



▲河村由美子さん



▼角田明香さん

私たちさわやか社員が隅々まで磨き上げ、安心安全な心地良い施設環境をご提供致します。



■ユニクス川越予防医療センター・クリニック

病気にかかりにくい身体づくりを目指し、健康の維持と増進を推進する「予防医学」を提供します。

〒350-1124  
埼玉県川越市新宿町1丁目17番地1  
ユニクス川越3F

▼広々とした受付。



◀待合もとてもキレイです。



◀開院祝いのお花が並んでいます。



◀清潔感のある落ちついた雰囲気です。



埼玉営業部 主任 足助 貴秀

皆さんこんにちは！

今回ご紹介させて頂くのはユニクス川越予防医療センター・クリニックです。

ユニクス川越予防医療センター・クリニックは川越駅西口より徒歩5分のところにあり、ユニクス川越の3階に10月14日に開院致しました。

こちらでは健診で身体の状態を調べるのは勿論の事、健康維持・増進や病気予防に繋がる様々な情報の提供と提案をする「新しい形の健診施設」となっております。

赤外線を利用して網膜の断面を三次元的にとらえることの出来るOCT検査、進行すると将来介護が必要になるリスクのあるロコモ検査等、健康の為に受けておきたい検査が充実しています。

また撮影時には静止画だけではなく動画も記録しており、細かい変化の確認や過去の動画との比較も行い、より正確な判断が出来る技術も取り入れています。

その他にも、患者様に少しでもリラックスして頂けるように壁や天井の色・デザインが一工夫されていたりするなど、患者様に寄り添った健診施設となっており、健康を意識されている方は勿論、気になり始めている方にも是非ご利用頂きたい健診施設です。

新日本ビルサービスでは日常清掃・定期清掃・空調関係のメンテナンスをお任せ頂いており、日常清掃については平日3名出勤で清掃を行っています。

患者様が安心・安全にご利用頂けるよう本社と現場で連携を取りながらきめ細やかな清掃をお届けして参ります。

ウニクス川越予防医療センター・クリニック

名誉院長 足立 雅樹様



当院では身体の事だけでなく、心の健康にも寄り添う事で患者様お一人お一人に合ったサポートを心掛けています。

検査結果だけでは分からない心の部分に目を向ける事で患者様の健康・安心に貢献し、当院メンバー全員で患者様と向き合い、他にはない新たな健診施設を目指しています。

また検査の質にもこだわっており、超音波などの検査時には撮影した静止画だけでなく動画を記録して、静止画と細かな変化を見落とさない為の動画の確認・過去画像との比較も行っています。

新日本ビルサービスさんには日々の日常清掃をお願いしています。

患者様が安心して過ごして頂けるようにトイレや通路など様々な所を綺麗にしていただけだとおもいます。今後とも宜しくお願い致します。



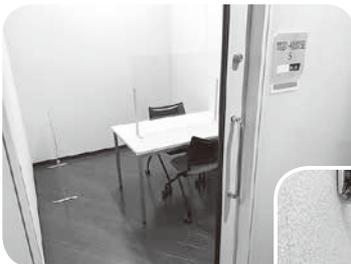
院長 清水 正雄様

新日本ビルサービスさんには現在日々のお掃除でお世話になっており、挨拶も良くして頂き、いつも綺麗にして頂きありがとうございます。

当院では保健師や管理栄養士、運動指導士など専門的な指導が可能となっており、多くの方の健康に寄り添い、健康寿命を延ばす手助けが出来ればと思っております。

また患者様とお話させて頂くお部屋も多く設けられており、患者様が自分の身体と向き合い、状態を知って頂けるようなきっかけ作りをさせて頂き、様々な提案が出来る施設にしていきたいと思えます。

今後とも宜しくお願い致します。



◀相談室で患者様1人1人に寄り添います。



▼壁紙がオシャレで落ち着きます。



◀通路もピカピカです。



◀日常清掃スタート1日目です。本社と現場 コミュニケーションバッチリです。



▲さわやか社員の皆さんです。皆で力を合わせてピカピカに磨き上げます!!



◀細かなところまで清掃します。



▲DPL三郷II 埼玉県三郷市三郷インター南部南土地区画整理事業地

**大和ハウスプロパティマネジメント株式会社**  
代表取締役社長 山野井 修 様

大和ハウスプロパティマネジメントの山野井です。先日はご訪問させて頂き、また貴社のランチをご馳走になり、誠にありがとうございました。ご訪問はとても楽しいひと時となりました。合わせて御礼申し上げます。貴社の発展は、ひとえに関根社長のパワフルでエネルギッシュな行動力と、社員の皆様方の誠実な仕事ぶりであることが良くわかりました。そして経営者と従業員のとても良い関係を構築されていると感じました。

この信頼関係が貴社の発展の基礎になっていることと確信いたします。また、関根社長の豪快な笑顔に誰もが魅了されるのだと思いました。一方で、様々に創意工夫をされ、新しいものにチャレンジしていかれる姿勢を強く感じました。

今後も、業界を牽引するたくましい会社に成長されることを期待しております。今後ともよろしく申し上げます。

▶技術センター清流化PJ  
(5S活動)を熱心にご視察  
頂きました。



▲山野井社長、佐藤取締役へ来社ありがとうございました!!生涯青春!!



2021年度中に全国で17棟ものDPLが開設され、来期はなんと27棟ものDPLが竣工するそうです! 本年12月に竣工するDPL藤岡もご紹介しました。

今後とも大和ハウスプロパティマネジメント様のパートナーとして、最先端の環境サービスをご提供してまいります。

チャックスファミリーの安孫子社長様から有難いご紹介を頂き、大和ハウスプロパティマネジメントの山野井社長様とのご縁を頂きました。10月1日より、清掃業務をスタートし、施設を最大限生かせるように私たちは取り組んでまいります。

品質開発部では、清掃革新を命題に共用部のコーティングを実施し、弾性床材やカーペットの美観維持に努めてまいります。

また、設備メンテナンスでも消防設備点検、浄化槽管理をご契約頂き、お役に立てるよう取り組んでまいります。

今回ご紹介いたします施設は大和ハウスグループの大和ハウスプロパティマネジメント株式会社様が手掛けるDPL三郷IIでございます。

DPLは大和ハウス工業様が開発する大型物流施設で、昨今の通信販売需要などで市場の大変化をとらえた施設です。



品質開発部  
部長 萩原 義浩

## 大和ハウスプロパティマネジメント株式会社



代表取締役社長 やまの い 山野井 かずゆき 修 様

【大和ハウスプロパティマネジメント(株)以下「DHPM」という。】の紹介

弊社は、2016年9月28日、大和ハウス工業(株)(以下「DH」という。)が開発する主に物流施設の運営・管理を全面的に行うことを目的に設立し、2017年1月4日から稼働しました。本年で5周年を経過致しました。

■弊社の顧客ターゲットは、

- ① 管理物件に人居のテナント各社・物流会社、荷主
  - ② 物件所有者としての信託銀行とDH
  - ③ DHグループ関連会社のAM会社等です。
- 受託規模・用途は次の通りです。

- ① 管理棟数183棟、
  - ② 管理面積640万1190㎡(2021年8月末現在)
- 受託施設：物流施設164棟、医療介護施設8棟、研究施設6棟、オフィスビルその他5棟

■DHPMの業務の特徴は

- ① DHが開発・所有している施設の運営も行います。
- ② DHが全国で開発した物流施設を管理しており、地方の物件も数多く管理しています。
- ③ テナント顧客を重視する：DHPMが管理する施設はDHの継続顧客である企業が多数あり、これらの荷主や物流会社様とのリレーションを大切にすることです。

私たちが管理している物流センターは、コロナ禍の中で施設機能は止まらないし、止められない、という「社会インフラ」としての役割を鮮明にしました。特に顕著だったのはECに対応した施設の需要が旺盛だったということです。そういう観点からすると、私たちが行っている管理業務はいかに重要であるかということが認識されます。その誇りをもって日々業務に励んでおります。



◀ エントランスホール。



◀ 明るく開放的なラウンジ。

▼ 無人コンビニとWi-Fi完備で、利便性抜群です!!



◀ エレベーターホール。



◀ カーペットコーティング(リンレイ製) カーペットの繊維をコーティングすることで汚れが付きづらくなり、日々のバキューム掛けで長期美観維持を実現できます。

▶ さわやか社員来栖敬子さんが毎日お掃除頑張っています。



▶ トイレもコーティング施工で、美観維持と作業効率が大幅に向上します。





# SoCoLA グランドオープン!! 2021年10月29日(金)

ソコラ 南行徳



〒272-0138 千葉県市川市南行徳2-20-25  
東京メトロ東西線「南行徳」駅南口徒歩7分  
約60店舗が集まる大型ショッピングセンター

## ■1F ファッション・インテリア・雑貨・サービス



▲明るい広々としたエントランス。



連日多くのお客様のご来館で賑わいます!!



施設は地下1階から地上2階まで3フロアーに約60店舗のテナントが入居しており、地域皆様の生活を支えるイオン様を中心に連日賑わっております。清掃は朝6:00〜夜22:00まで1日あたり9名のさわやか社員が対応しており毎日ピカピカにしております。

常駐設備員2名(阿部さん、茅根さん)も新日本ビルサービスの社員であり、人材派遣業務という新たな取組みにチャレンジしています。まだまだ作業変更など臨機応変な対応をしている期間ではありますが、中嶋所長様、松田副所長様への報連相をしっかりと行い、素晴らしいショッピングセンターになるよう皆で頑張ります。

2021年10月29日に千葉県市川市にグランドオープンしましたSOCOLA南行徳様のご紹介をさせて頂きます。  
東京メトロ東西線の南行徳駅から徒歩10分、駐車場も680台ある大型ショッピングセンターになります。こちらのショッピングセンターは約20年前のダイエー南行徳店から清掃管理業務でお世話になっておりましたが、このたび野村不動産パートナーズ様とのご縁もあり、引き続きお仕事をさせて頂ける事になりました。



東京営業部 部長 縄野 智也



野村不動産パートナーズ  
ビルマネジメント事業本部



東京西事業部 管理三課長  
池ヶ谷真庸様



東京西事業部 管理四課  
SOCOLA南行徳事業所  
所長 中嶋 雄太様

SOCOLAは野村不動産が2020年3月より地域密着型商業施設として展開している施設です。  
SOCOLA南行徳店は5ヶ所目となるシリーズ最大規模の施設で、イオン南行徳店を約60店の専門店街としてフルリノベーションし、2021年10月29日にオープンしました。業態変更によるリニューアルオープンは、シリーズ初の取り組みでもありました。

当施設は多くの来客があり、清掃が非常に重要な要素のひとつとなります。商業施設の清掃についてノウハウをお持ちの御社にお願いする運びとなりました。リニューアル物件ゆえに通常の清掃だけでなく、オープン前の既設照明の管球一斉交換や特別清掃などにもお力をお借りして、無事オープンを迎えることができました。

オープン後についてもコロナ対応を盛り込んだ日々の清掃業務、フードコートでの素早い清掃対応などに、ご尽力いただいております。

今後もワンチームとして取り組むことができる、心強い仲間として、南行徳の地域の皆様に貢献できる管理会社になれるようお力添えいただければ幸いです。

## ■2F 飲食・雑貨・カルチャー・サービス



▲お腹も心も満たすフードテラス。



▲ニンジャ☆パーク。



▲「欲しい!」が揃う地域のお買い物スポットが誕生!

## ■B1F 食料品・ドラッグストア・雑貨・サービス

▶イオン・スーパーマーケット



◀関東初出店!! ファデー大人気です!!



◀魅力的な専門店が集結しています!!

■デイリーに、ごちそうに。“おいしい”が集結!



とほろざわさくらタウン  
TOKOROZAWA SAKURA TOWN

株式会社KADOKAWA

レクリエーション事業局

局長

西澤 元晴様

## とほろざわサクラタウンとともに

### 業界の未来を創り出す

2020年11月、埼玉県所沢市にグランドオープンした国内最大級のポップカルチャー発信拠点『とほろざわサクラタウン』

この運営母体である、株式会社KADOKAWA レクリエーション事業局の局長に今年の4月より着任された西澤元晴様に、これまでのご経歴



▲飾らないお人柄の西澤局長。私たちにはなじみのない出版業界のことも、わかりやすくお話ししてくださいました。

と、KADOKAWA様ととほろざわサクラタウンが目指すものについてお話を伺いました。

#### 新卒から出版業界に身を置いた

私は京都生まれの京都育ち、大学は神戸で、新卒で入社した会社も関西の出版社と、ずっと関西に身を置いています。出版社勤めと聞くと、編集の仕事がイメージする方が多いと思いますが、私は一社目からずっと広告営業——自社が発行する雑誌に載せる広告を営業する仕事——を担当してきました。というのも、編集を志して出版社に入社したのではなかったからです。就職活動をしていた当時はバブル期の真ただ中で、様々な企業から内定をいただいていた。そのような中で当時の私は「いや、今の私もそうかもしれないが(笑)——物事を深く深く考えないので「マスコミ」って面白そう」「昔から読んでいる雑誌の出版社

だし」くらいの感覚で出版業界に足を踏み入れたのです。広告営業も「広告もなんか面白そうだし」といった、興味本位で希望したのが始まりです。

そうして関西で広告営業を6年間続けていく中で、出版業界の『東京一極集中』の文化をひしひしと感じてきました。この文化は『出版取次』という業界独特の流通の仕組みによるものです。一般の方々の感覚であれば、出版社から印刷会社に原稿がわたって、印刷会社が出力したものをそのまま各書店に配送すればいいと思いますが、しかし出版業界はそうではなく、出版取次会社が間に入って各書店に分配する仕組みになっています。そして、当時はこの出版取次のシステムが東京中心になっていたため、刷られた本は必ず東京を経由していたのです。このシステムを中心にして、出版業界は東京一極集中で発展してきた背景がありました。現実的に、広告単価も東京と地方だと全く単価が違うということも経験しました。そうして、だんだんと私の中で『東京』が気になる地域になっていったのです。

らメジャーリーグに行くんだね」と言われたことも、当時の出版業界のバランスを如実に表す反応だったと思います。

#### 角川書店時代に目の当たりにした、 広告営業の盛衰とデジタルの萌芽

私が入社した当時の角川書店は、それはもう破竹の勢いでした。タウン情報誌『東京ウォーカー』がヒットして『関西ウォーカー』にまで広がりを見せ、伸びに伸びていたタイミングです。広告営業も同じくバブルで、クライアントからの広告の掲載依頼をこちらからお断りするぐらいの入れ食い状態。何号先の広告枠までも埋まっているような状態でした。

しかし、このころに出版業界が得た成功体験は、皮肉なことに、この後長きにわたって業界を苦しめることになりました。

苦しみのはじまりは2000年を過ぎたころ。このころから、広告収入が右肩下がりになっていました。収入が急落した雑誌もありますが、多くはじわじわと下がっていったのも厄介でした。ゆっくりとした変化だから、誰も「これくらいならなんとかなる」と思ってしまったのです。よくいう『茹でガエル理論』そのままです。

だからこそ、数字の悪化への対処は感情論。言い訳のように「次はこうします」「こう探してみます」と、そこにはロジックがありませんでした。しかし、これも今でこそ言えることで、当時は黙っていても売れるのが当たり前だった時代だったので、こうなるのも仕方なかったと思います。そうやって時代を、市場をも疑わずに、これまでの成功体験を信じ続けた結果……2、3年ならまだしも、なんと10年規模での『茹でガエル』状態を続けてしまったのです。

こうして出版業界が停滞している間に、世間はどんどんデジタルへと移行していきました。無論、多くの出版社は、なかなかその流れに乗ることはできずにいました。

そのような中、業界の中では比較的早くデジタルに関われたのは僥倖でした。人気を博していたウォーカーシリーズのウェブサイト版である『ウォーカープラス』がうまくいかず、編集と広告で一緒に取り組もうというコンセプトになった際のチーム長を拝命したのです。そのプロジェクトのメンバーにはプロパー社員が一人もおらず「デジタル制作経験者です」「デザイナーです」「記事を書くのが好きです」というような多種多様な人材がそろっていた、これ以上ない良い環境

でした。というのも、チーム長としてそれぞれのメンバーを理解することが、そのまま私自身が初めて踏み込むデジタルの世界を理解することと同義だったのです。時代の流れにちよつと乗っていた部署ということもあり、成果も出せました。これにより、社内でも何となく「デジタル広告は西澤だよね」という風潮ができたことが、後々のキャリアの助けになってきます。

### さらにデジタルの世界へ——そして切り開かれた新たなキャリア

意外に思われるかもしれませんが、私は一度、角川を去っています。2008年のリーマンショックによる早期退職募集に応じて、2009年の2月に退職したのです。当時の私はおそらく驕っていたのでしょう「西澤が辞めると言ったら、他の出版社も黙っていないだろう」とつまり「なにかしら引き合いがあるだろう」と思っていたのです。しかし、ふたを開けてみたらそのようなことは全くなくて……(笑)。唯一声がかかったのが、一緒に仕事をしていたことがあった、旅行のクチコミサイトを運営している『フォートラベル』という会社でした。家電等の価格比較サイト『価格.com』を運営している株式会社カカコムの子会社、とい

うと、イメージがわかりやすいかもしれない。

今となってみれば、この転職をしてよかったと思っています。というのもフォートラベルが扱っているのはウェブサイトなので、完全にデジタルの世界だったのです。『紙媒体』で成長してきた出版社の社員たちは、どうしても紙の方が得意だからと、デジタルの分野はやりたがらない傾向にありました。そのような中で、私は強制的にデジタルしかない企業に身を置いたことで、デジタルでモノを語れるようになったのです。

そしてこの経験は、2010年の8月、私が再び角川に戻るきっかけにもなりました。当時分社化を進めていた角川書店には多数の兄弟会社がありました。その中の一つ「アスキー・メディアワークス」の役員から声がか

かったのです。デジタルのことがわかる人材で、かつ、角川のことも理解しているからやりやすいということ、私に白羽の矢が立ったのでした。早期退職から1年半という短い期間で出戻りするのは気が引けたのですが、角川書店そのものではなく兄弟会社に戻るのであればと、オファーを受け入れた形です。

そこからは、デジタル広告を中心に



▲西澤局長のフラットな姿勢とくだけたお話しぶりに、私たちも自然と笑みがこぼれます。

担当し、2013年10月の角川大合併ですべての兄弟会社と一緒に『株式会社KADOKAWA』になりました。合併後も、グループ内の広告の組織がひとつにまとめられた中でデジタル担当として、広告営業をやったりウェブサイトのマネタイズをしたり、データを使ったビジネスをしたりして、これまでずっと続けてきた、という形です。

そして今年の4月に、現在のレクリエーション事業局の担当となりました。昨年の11月にとろさわサクラタウンがオープンしてから間もない時期でのこの配置転換には驚かれたかもしれませんが、前任の横沢が担当していた立ち上げフェーズと、私が担当する運営・運用フェーズはまた色が違うので、このようなシフトがあったのだと理解しています。ただし、これまでお話ししてきた経歴からもわかる通り、私はB to Cのプロではありません。まったくのアマチュアなので、今まさに勉強中です。

### 広告営業の新たな展望とサクラタウン

関根社長 広告営業からサクラタウンの運営へのキャリア転換は大きなものと想像しますが、西澤局長の思う両者

の共通項とは何ですか？

KADOKAWAのこれからの広告営業のあり方と、サクラタウンというリアルな場とが、密接な関係にあると思っています。

先ほど、2000年を過ぎたころから雑誌広告が右肩下がりになっていくデジタルへの変化があったとお話しさせていただきました。この流れは3年でさらに変化し、デジタルの中でもニュースサイトやコーポレートサイトのような企業から読者へ一方通行の情報発信を行なう『ウェブメディア』から、個人間のつながりを含んだ双方向の情報発信を行なう『ソーシャルメディア』へと注目の的は移り変わりました。広告を出したい企業の要望も「ウェブサイトに広告を載せたい」から「ソーシャルメディアの運用がしたい」に様変わりしてきたのです。このような、目まぐるしく変わる潮流の中で、私たちがアーリーアダプターになれたかというと残念ながらそうではなく、紙媒体からデジタル媒体への移行時と完全に後追いをしてきた形になります。

した。それは何か。KADOKAWAには、これまでコンテンツを作ってきた人材——編集者、クリエイター、各分野の専門家——がたくさんいます。例えばある調味料を紹介したいのであれば、当社とつながりのある料理家の先生にコメントをお願いすることができ、それをもとに良い記事が書ける編集者がいるのです。そしてこれらの人材には、一般消費者のファンがすでに紐づいています。当社がこのような形でクライアントの広告に携わることで、KADOKAWAが抱えているクリエイターから、彼らのファンへ、そしてファンの皆様から、その知人の皆様へと、情報の拡散力を担保できます。これまでB to Cで創り上げ、B to Cに活用してきたクリエイターとファンのつながりを、B to Bに応用する——これは広告会社にはできないことです。これを私たちはKADOKAWAのアセット(財産)を使ったビジネスと呼んでいます。



▲実在の場を使ったプロモーションのお話は、このサクラタウンに西澤局長のキャリアが加わることによる化学反応が目に見えようでした。そしてこの後のお話で、私たちはサクラタウンに息づくKADOKAWAの大きな理想を理解することとなります。

この『アセットを使う』という発想は、サクラタウンでも応用できます。直近の例では、10月2日、3日にeスポーツの日本・サウジアラビア戦の大会をサクラタウンで開催したときのことが挙げられます。その時にサクラタウンの中央広場で、トヨタの『KINETO』という自動車のサブスクリプションサービスのプロモーションを行

なったのです。すると「CMを見てもよく分からないな」「いくらかかるんだろう」と疑問は持つもののウェブで検索することはない、といった層に、実際の場で働きかけることができず、商談数を目標にしましたが、二日間のプロモーションでその目標を超えた報告を受けました。

この広告のあり方はこれまでであれば、クライアントは東京ウォーカーという雑誌に広告を出すためにお金を出していたかもしれませんが、ウェブサイトに紹介記事を書いてもらうためにお金を出したかもしれません。また、ウェブサイトに紹介記事を書いてもらうためにお金を出したかもしれません。それが、サクラタウンという場所があることで、この場所を広告の場として利用するためにお金を出す、という形になるのです。

これからのKADOKAWAの広告営業は、KADOKAWAのフルアセットを使ってクライアントの課題解決をすること——このアセットの一つとして、見て、触って、体感できる実在の場としてのサクラタウンが存在するのです。

## KADOKAWAが目指す出版業界の未来

ここまでお伝えしてきたように、サクラタウンは広告の方面でも可能性を

秘めているのですが、無論、施設として

は一般のお客様にお楽しみいただきながら、ポップカルチャーを肌で感じたいだけでなく第一です。今日も近隣の小学校から子どもたちが12名ほどいらっしやっています。本来であれば、埼玉県内の小学生は国会議事堂へ校外学習に行くのですが、コロナ禍で遠出が

難しい時期なので、サクラタウンがクローズアップされるのです。小学生のみなさんにとって一番楽しいのは、角川武蔵野ミュージアム一階のマンガ・ラノベ図書館かもしれません。しかし、校外学習という目的であれば——今はまだ稼働できていないのが悔やまれるのですが——書籍の製造・物流工場をご覧いただきたいと思っています。なぜかというところ、施設にKADOKAWAのスタンスと、サクラタウンの方向性が詰まっているからです。

この工場は、これまでの出版業界の書籍の流通方法を大きく変えるものになっています。例えば、皆さんに欲しい本があったとします。その本がすぐに手に入るかどうかは、オンラインショップであれリアル書店であれ、店舗に在庫があるかにかかっていますね。これまでであれば、その在庫は元をたどれば、出版時に5千部、1万部など、決まった数がまとめて刷られてきたものです。そこから本が売れて、

市場に出ている冊数が少なくなると、これからも売れる見込みがあれば増刷や重版がされてまた店舗の在庫になっていきます。反対に、本が売れ残ると書店から返品されてきて、出版社の倉庫で保管されます。また、今後売れ行きが見込めない本になると、増刷がされず絶版になるという仕組みになっています。

この流れを変えるのがKADOKAWAの工場です。最新鋭のデジタル印刷設備により、注文に合わせて1冊ずつ本を印刷し、皆様のもとにお届けすることが可能になりました。これをKADOKAWAでは『製販一体型ブックオンデマンド』と呼んでいます。

このシステムの画期的なところは、出版社も書店も在庫を持たなくていい点です。特に出版社において、在庫リスクは相当なものでした。新刊を出さなかったら発行部数を決めますが、それが多すぎると過剰な在庫を抱えなければならぬ一方、少なすぎれば品切れ状態になり販売機会を逃します。部数を読むのが難しい以上、どうしても書籍の原価に保管倉庫や廃棄のコストを織り込まざるを得なくなるのです。その分、出版社には無駄なコストがかかり、クリエイターに還元できる割合も少なくなると、書店は発行部数に影響を受け、消費者は欲しいものがすぐに手

に入らないリスクと隣り合わせで、資源も無駄になるので環境にも良くないといった多くのデメリットが生じます。製販一体型ブックオンデマンドは、これらの既存の流通形態のデメリットを解消することができるのです。これが実現することで、出版社にとってもクリエイターにとっても書店にとっても一般消費者にとっても、世の中にとってもメリットが生まれる——これがKADOKAWAが目指していることなのです。

**関根社長** これは出版業界初ですよ。なかなか他社も追従できないのではないのでしょうか？

実はKADOKAWAは、このシステムを自社だけで使っていく考えは持っていません。できれば、出版業界全体がこのシステムを使って潤ってくれればいいという考えです。私たちはこういったシステムを『業界機能システム』と呼んでいます。これは業界内の多くの会社が必要とするプラットフォームを提供することで、業界全体を底上げする大きな起爆剤にしていることを目的としています。この動きは今回のブックオンデマンドが初めてではなく、これまでも様々なことに取り組んできました。

例えば『株式会社ブックウォーカー』という、電子書籍配信サービスの会社

を作った時もそうでした。その頃はAmazonと楽天が巨大なマーケットになっていて、出版業界はもうその2社に依存していくしか道はない、という風潮になりつつあった時に「それではダメだろう」と声を上げ、第三の勢力を作ろうとしたのがKADOKAWAでした。

また『ムビチケ』という、オンラインでの映画チケット販売サービスを始めた時もそうです。昔の記憶をたどっていただけと、おそらく映画の前売り券といえばチケットショップなどで売っている紙でできたチケットを思い浮かべると思えます。実はこれかなり非効率なもので、消費者側は映画館で前売り券を出すだけで中に入れるのですが、そこから先のバックヤードで行なわれる作業がすごくアナログなのです。前売り券を一枚一枚、このチケットはこの座席番号で、実際の券機でいう発行番号はこれで……と、当日券のシステムに沿うように照らし合わせていって、その内容を配給会社にファックスするといった作業内容ですね。これはもう業界として改善しなければ、ということで作ったシステムがムビチケなのです。ムビチケを使えば、先ほどお伝えしたような処理は必要ありません。当初は聞き慣れないシステムということを受け入れられな



▲当社が担当しているインフォメーションセンターをまとめた武藤社員。西澤局長の姿勢に「お任せさる姿を見せたい」と意気込みを語ります。

かったこともありましたが、地道な営業を経て、今や国内の映画館で使えないところはほぼないところまでできました。

私たちが『業界機能システム』で業界の無駄をなくすことで、一体何を実現したいのかお伝えします。例えば1本の映画を作るのに10億円かけていたものが、バックヤードを改善することにより11億円かけてもいいかもしれない。それはつまるところ損益分岐点が下がるということ、最終的にはクリエイターの方々への還元につながることであります。昨今、クリエイターの皆さんがハードワークに見合わない給料で働かされていることが問題になっていますが、クリエイターが育たないことには私たちの産業も育ちません。だからこそベースの部分を整えていく必要があるのだと、そのために

KADOKAWAは出版業界全体に対して貢献していくのだと、そういう思想を持っている会社なのです。そしてこのKADOKAWAの思想は、製造・物流工場のみならず、サクラタウン全体にも共通しています。というのも、誤解されがちなのですが、サクラタウンでのイベント・企画に

おいて、KADOKAWAの作品に限定することは考えていないのです。極端な話、週替わりで、ジャンプ作品だ、サンデー作品だ、マガジン作品だ、やっていく場であっていいのだと考えています。

### 新日本ビルサービスに期待する事

サクラタウンの成功のための要素はたくさんあると思うのですが、大きな2つあると考えています。一つはサクラタウンにお越しいただきっかけを作ること。これは主に当社が、お客様のデータを分析し、業界にあるコンテンツをフル活用して作っていきま。そしてもう一つは、来ていただいたお客様に満足していただくこと。これは私たちがこれまでに経験したことがない分野です。

新日本ビルサービスさんには、特に後者のホスピタリティの部分でご助力をいただきたいと考えています。それはインフォメーションセンターに寄せられるお客様の声かもしれないし、清掃をされている方々のふとした気づきかもしれません。皆さんお一人お一人の、お客様の立場に立ったものの方が、私たちでは気づけない多くの課題を見つけ出してくれると期待しています。

私たちは今後様々な企画を考えて盛り上げていこうとしていますが、サクラタウンそのもののハードやソフトにご満足いただけないと、企画も活きてきません。不満を持たれた一般のお客様の多くは、おそらく声も上げずに「もう二度とこないわ」とサクラタウンとの関係を切ってしまうでしょう。だからこそ、最前線で課題を拾うことができる新日本ビルサービスさんからは、どんどんご意見をいただきたいです。どんどん改善していきますから！

### 西澤局長の夢とビジョン

まず目の前にある目標は、ところざわサクラタウンの成功です。その先には、KADOKAWAが目指しているクリエイターと業界への還元があります。各社のクリエイターが作り上げた



▲サクラタウンの立ち上げ当初から関わられているレクリエーション事業局 運営部の室岡部長。言葉に熱が入ります。

作品が消費者に触れるその出口を、一つでも増やす。その中のリアルな場を私たちが担っているということ。これを実現することによって「新しいものを作ろう」「ここでならもったいことが出来る」と刺激を受けたクリエイターや消費者による相乗効果を生み出していく——この好循環を、KADOKAWAも、クリエイターも、来場者も、そして新日本ビルサービスさんも、サクラタウンに関わる皆さんと一緒に創り出していきたいです。

**関根社長** クリエイターの皆さんの価値を表現できるリアルの舞台として、サクラタウンがあるのです。サクラタウンの立ち上げフェーズから関わっていらっしやった室岡部長はどう思われますか？

**室岡部長** 西澤局長と一緒にこのビジョンを成し遂げていきたいです。また、先ほどの話は、もっと大きく捉えれば日本の成長にも関わってくると考えています。日本がこの先成長するためには、どの分野が強みなのだろうか？と考えると、やはり漫画やアニメなどの文化がその一つだと思っております。しかし、昨今は特にアジアの諸外国で、日本の漫画やアニメを見て育ってきた方々が、クリエイターとして力をつけてきている背景があります。この波を乗り越えるには、我々はもう一段ステップを上がらなければなりません。

具体的には、魅力的なコンテンツにさらに手を加えて、ここでしか味わえない体験を楽しむ『コト・ビジネス』を作り上げる取り組みであり、その実験場として、ここ、サクラタウンがあるのだと思います。

**関根社長** 今日のお話を伺って、KADOKAWA様がクリエイターの皆さんのことも業界のことも、さらには日本のことも考えていらっしやって……よくこれだけのスケールのものを造られたなあと感じております。

そうですね。普通であれば到底できないようなスケールに、角川の強い信念を感じます。私たちには、このところざわサクラタウンを活かしていく使命があるのだと、強く感じています。



▲西澤局長、室岡部長の熱い使命感をひしひしと感じ、より志高く業務に邁進するためのエネルギーをいただきました。その使命を共に果たしていきます！生涯青春！

# ◆◆◆2021年 第29期永年勤続表彰◆◆◆

◆◆◆ 永年勤続表彰対象者のみなさん

おめでとうございます!! ◆◆◆

サポート本部 オフジェベ・ローリン

今年の永年勤続表彰は、新型コロナウイルス感染防止のため各拠点での開催となりました。武蔵屋3階、東京営業部、横浜支店それぞれの拠点をZOOMで結び、19名の社員の表彰を無事行うことができました！各部門の方から気持ちのこもったお祝い動画を見て、途中笑いもあり心温まる場面もあり素晴らしい会となりました。ありがとうございました。



みなさん、おめでとうございます！これからもよろしくお願いたします。

## ～特別表彰～



◀消毒作業で大活躍の鈴木勉さん！いつもありがとうございます。



## ▼力強いひじタッチ！



今年は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため各拠点ごとの開催となりました。

## ▼ユニクス秩父山崎支配人 勤続10年表彰！



▲金一封とすてきな記念品をいただきました♪

✿永年勤続対象者の方よりコメントをいただきました！✿

25年 〓 縄野 智也さん



まだまだ道半ば、大きな変革期にある新日本ビルサービスでまだまだ頑張ります！



25年 〓 古川 幸治さん



さまざまな事にチャレンジさせて頂き充実した25年でした。これからも会社の発展のために頑張ります！



20年 〓 竹田 繁広さん



多くの方に支えていただき今があります。これからより良いサービスを提供出来るようになっていきます。



15年 〓 唐沢 治さん



永年勤続表彰15年誠にありがとうございます！



15年 〓 木川 亮さん



これほど長く仕事を続けてこられたのは上司・同僚のおかげです。これからもお世話になった皆様や会社に貢献出来る様日々精進し頑張りたいと思います。



10年 〓 今村 匡克さん



感謝の気持ちを忘れずに、微力ながら会社の成長に貢献出来る様に、頑張っていきたいと思っております。今後とも宜しくお願い致します。



5年 〓 神崎 三恵さん

私達が頑張ってきたことができたのは、社長をはじめよき先輩、よき同僚、周りの社員の皆さんからのお力沿いがあったからこそです。今後も皆様のご期待にこたえていきたいと思っておりますので、今後ともよろしくご指導のほどをお願い申し上げます。

10年 〓 岡本 恵美子さん



2度目の表彰をいただけるのも一緒に働く仲間が温かく見守ってくださるおかげだと思っています。気持ちを新たに次の5年も元気で頑張ります♪



10年 〓 上田 正俊さん



新日本ビルサービスと19歳で出逢ってから気が付けば人生の半分を過ごさせて頂きました。今後も1つ1つの出逢いに感謝しながら仕事をしていきます！



10年 〓 山崎 俊明さん



ユニクス秩父に関わっていただいた方すべての方々のご指導とご協力でなんとかここまでやってこられました。自己研鑽に加え、他施設の支配人と切磋琢磨してレベルアップを図っていきます！



10年 〓 村瀬 佳幸さん



お客様や社会に対して価値を提供できる人間になりたいと願う事は今後も変わらず、地道に自己研鑽に励んで参ります。



5年 〓 足助 貴秀さん



まさか5年続くとはいえませんでした。支えて頂いた皆さんに感謝です。健康第一で頑張ります。

5年 〓 伊藤 大貴さん



入社当時の埼玉本部から始まりFS部、現在は横浜支店と様々な業務を体験して来ました。これからも会社のお力になれるよう努力致しますので今後とも皆様宜しくお願い致します。



5年 〓 高橋 龍也さん



5年間でたくさんの方々にご迷惑をお掛けし、また支えていただきました。今後ご迷惑をお掛けする事があると思いますが、改めてよろしくお願ひ申し上げます。



5年 〓 鈴木 大陽さん



これまで周囲の皆さんにご迷惑をかけながらも助けてもらい、なんとか今日までやって来たと感じます(本当に！)。これからは少しずつでも、誰かの助けになればいいな、そんな働き方をしたいと思っています。

5年 〓 中山 耀太さん



あっという間の5年間でした。様々なことがありましたが、乗り越えてこられたのも支えてくれた皆様のおかげです。感謝しております。



5年 〓 町田 晃平さん



ファシリティサービスから横浜支店に異動になり業務も増えてきているのでチャレンジ精神で出来る作業を増やしていき支店経営成功を目指していきます。



5年 〓 渡邊 亮さん



まだまだ至らないところが多々ありますが、周りの力をお借りし、早く一人前になれる様頑張っていきたいです。



5年 〓 細田 智也さん



入社して早5年大変な事は沢山ありましたが今続けられているのは先輩方のおかげだと思っております。今後も精一杯努めますので宜しくお願い致します。



▲武蔵屋3階にて表彰。

# あしたを、つなぐー野村不動産グループ 野村不動産アメニティサービス様 ご来社

2021年10月5日(火)

野村不動産アメニティサービス株式会社 代表取締役社長 遠藤 郷史 様

新日本ビルサービス様とは、野村不動産パートナーズ(株)を通じて複合施設、公共施設等のお仕事でお付き合いいただいております。

現在弊社では社員の意識改革やより良い会社の風土作りに取り組んでおりますが、これまで新日本ビルサービスの社員の皆様にお会いするたびに仕事に対するプライドや前向きさを感じていたことから、弊社社員への良い刺激になればと思い、今回関根社長に合同勉強会をお願いしました。

活発な意見交換や5Sの行き届いた社内の見学を通じ、また関根社長の明るいお人柄に触れさせていただき、弊社社員にとって大変良い勉強となったと思います。社員食堂の心のこもったおいしいランチ、関根社長の奥様のお手製ケーキ(プロ級の腕前です)…。勉強になっただけでなく、大変楽しい時間を過ごさせていただきました。今後も同業として社員同士が気軽に意見交換、情報交換できる関係になれば幸いです。今後ともよろしく申し上げます。



◀自己紹介から盛り上がります。

▼活発な意見交換。



▲本社と技術センターの5S活動を熱心にご視察頂きました。



◀社員食堂で美味しいランチミーティング。



▼アッピーもお出迎え!!



◀野村不動産アメニティサービスの皆様と切磋琢磨し、共に進化・向上してまいります!!



立教企画グループ  
RIKKYO PLANNING G.

# 立教ファシリティマネジメント様 ご来社

2021年10月19日(火)

## 立教ファシリティマネジメント 社長 千葉 喜章様

いつも大変お世話になっております。立教ファシリティマネジメントの千葉でございます。

改めまして昨日はご多忙の中、御社の隅々まで拝見させて頂き有難うございました。加えて社員食堂では、美味しい昼食ならびに奥様のホームメイドケーキご馳走になりまして感謝致しております。

職場全体(倉庫内や事務所内)における5S活動の成果物や、従業員の方々の創意工夫の意識の高さがあらゆるシーンで拝見することが出来まして、とても参考になりました。

これからも是非、お力添えを頂きながら業務を邁進していきたいと考えておりますのでよろしくお願い致します。

まずは御礼まで。

技術センター清流化プロジェクト(5S活動)のご視察。



▲整理・整頓された脚立  
◀置場とマシン倉庫。



▲事務所の5S実践。



▼千葉社長と板垣部長  
を囲んで生涯青春!!



▲立教大学清流化PJ  
に板垣部長も参加し  
て頂きました。

▼大好評の手作り  
シフォンケーキ。





# 彩の国マルシェが

## 本格始動!!

新日本ビルサービス株式会社 佐々木輝伸

コロナ緊急事態宣言が解除されての10月23日、久しぶりとなる彩の国マルシェの再始動となりました。

### ■再始動は群馬県桐生市 マーケットシティ桐生

埼玉県の後援を頂きながら、県内の中小零細事業者の広報的支援を目的に県内全域に視野を広めた「彩の国マルシェ」は、2021年度感染の広がり  
の影響を受けて、春先の一度の開催後は中止や延期が続いていましたが、い

よいよ初めての出展となる群馬県から躍動的な再始動をはじめました。



▲マーケットシティ桐生専門店会のご協力を得て、再始動したマルシェは、上毛新聞にも掲載。



「絆マルシェ」と命名  
埼玉と群馬を結ぶをテーマに、ヤオコーさまのご協力を得て、はじめての群馬県桐生市での開催が確定し、まずは地域調査からのスタートでした。埼玉県内では、300を超える出店の事業者様情報を抱えながらも、こと群馬となると1件の該当しがなく、桐生市役所、桐生商工会議所、桐生保険所、桐生観光情報センターへのご挨拶に伺いながらの情報収集を開始。主催となり、新日本ビルサービスが支援を続けるNPO彩の国地域活性化協会の経緯とその実績は行政にも伝わり、どこでも

気持ちよく迎えて頂きました。

こうした活動から、桐生市内にたくさんの方のマルシェを支える仲間が誕生し、あらたな絆が芽生えてきました。そこで生まれたテーマが絆マルシェ。

埼玉県と群馬県の絆を、桐生市から広めていこうと、市内の町おこしに情熱をもった仲間が集まりました。まさに産官民の連携が誕生。マルシェチームも2人から6人と一気に仲間も増えて、万全の態勢で、いよいよ開催の日を迎えました。

### ■話題を広め、絆マルシェ開幕!

いよいよ開催当日を迎えた「絆マルシェ」。所沢市内を出て2時間半後に桐生市内Market City桐生に到着。



▲所沢の倉庫から搬出作業を開始。

▼荷降ろし開始! マルシェテントの搬入・組立・搬出を大忙しです。



▲絆マルシェ・マーケットシティ桐生にて 桐生の人気店や、地元によく事業をされてたくさんのお客様を持つ店舗さま、そして埼玉から参加した既存の名店など、話題の尽きないお店が集まり、賑わいを生み出しました。



▲地元のダイナムさんもボランティアとして協力参加いただき、強力な助っ人となりました。

前日の22日に無事に搬入を終了。そして迎えた23日、いよいよ7か月ぶりのマルシェ開催。快晴のなか、初めての顔合わせとなる出店の皆様を迎えながら、みんなで力を結集しての設営を開始しました。

10時にオープンとなった会場には、マルシェを自当てに来られた地元のお客様が続々と集まってきました。

## 無事に2日間の日程を終えて、 大成功の絆マルシェ



▲テレビで紹介されたもりもりマルシェのみなさまは地元桐生市の人気店。

## ▼地元桐生市で生まれたお店。



▲商工会議所からの参加。

初めての地、久しぶりのマルシェ、遠方で開催と初づくしとなった絆マルシェは大成功のうちに幕を閉じました。たくさんの方々のご協力と支援をもってこそ成功できるマルシェの開催。マルシェ終了までお力添えを頂いたヤオコーさまほか、関係者の皆様の成果が結実した2日間でした。

## 一気に加速するマルシェ開催!!

感染者が減少を見せるなか、巷の経済感にも高揚感が生じてくると、場所の活性化を推進するマルシェも次々と開催されてきます。11月12日には、JR東日本スポーツさまと連携した



▲JEXER口ハスマルシェ

「JEXER口ハスマルシェ」そして、11月27日と28日の両日に亘って、ヤオコーさま、ワカバウォーク専門店の協力を得て、埼玉県と各自治体、そして鶴ヶ島市と坂戸市の両方の商工会に後援して頂いた「彩の国マルシェワカバウォークスタイル」と2週間おきの連続開催となりました。



▲ワカバウォークマルシェ

彩の国  
マルシェ  
～Wakaba Walk style～  
おいしい! 楽しい! かわいしい!  
がいっぱいの彩の国マルシェ

11.27 - 28 (土) (日)

10:00～16:00 (11/27) 9:00～16:00 (11/28)

会場:ワカバウォーク

sainokunimarche.com

このマルシェは、鶴ヶ島市・坂戸市の号外NETでも広報して頂きました。年内では、12月18日と19日の両日にもニューシャトル構内で初めてとなる、埼玉新都心交通さまの大宮駅と鉄道博物館駅改札口付近で「ニューシャトルマルシェ」が開催されます。ぜひとも一度ご来場ください。詳細はHPにて最新情報をお伝えしています。  
<https://sainokunimarche.com/>  
または二次元コードにて、ご確認ください。

## ▲ニューシャトルマルシェ。



彩の国マルシェ発祥  
世界が認める名品が揃う

ニューシャトルマルシェ  
Produced by SAINOKUNI MARCHÉ

ニューシャトルでマルシェへGO! GO!  
2021年12月18日(土)19日(日)  
10:00～16:00

会場:ニューシャトル構内

## 彩の国マルシェ次年度に向けて

今年になり、たくさんの方々の事業者様からマルシェ開催に向けたオファーを頂き、たいへんに有難く感じております。まだまだ人手不足ですが、すべての皆様のご希望に叶うように、スタッフも万全の準備をしていきます。

また、2022年も毎月2回ほどのマルシェ開催を予定していきますが、新日本ビルサービススタッフが、NPO彩の国地域活性化協会の活動を支援するため、常に現場で共に活動し、常に場をクリーンに保ち、整理・整頓・清掃を継続維持し、お客様の施設と地域をつなげる彩の国マルシェをNPOが安心して広めていけるように、これからもずっと応援し続けます。



# メンテナンスを 科学する

## リンレイ

株式会社リンレイ 代表取締役社長

鈴木

信也様



### 1 鈴木社長の生い立ちと、 今に至るまでの経歴

リンレイの創業者を祖父に持ち、父もそれを継ぎ……という経営者一家に生まれました。子どものころは興味のままに生きていて、それが良い方にも悪い方にも作用しましたね。良い方では、小学校の自由研究で蜘蛛の標本を何種類も作って県から賞をいただいたり、陸上部で県の新記録を出したり、高校の頃にはコンサートの企画運営会社に入り込んで、コンサートやライブの企画運営に携わらせてもらったり、その傍らで野球部とラグビー部を掛け持ちして、ラグビーでは県大会で優勝できたり。

反対に悪い方は極端で、小学生の頃に近くの海の浜に置いてあった漁船に友人ともぐりこんで横になっていたらいつの間にか眠ってしまい、潮が満ちて帰れなくなっちゃったというニュー

スになったり、高校生の頃、市議会議員選挙があった時期に先生の写真をそっぽく編集して実際の選挙看板に貼り付けて、大変なお叱りを受けたり。本当に色々なことをやらかしていた子ども時代でしたが、不思議なことに両親は一言も心配の言葉を口にすることはありませんでした。勉強しろとも、〇〇するな、とも、何も言わずに育ててくれましたね。

大学を出て就職をする段でも、リンレイではなくマスコミ業界や広告業界に興味があると父に話したら「自由にしなさい」と言ってくれました。それから新卒で博報堂に入社して、9年ほど広告業界を経験しました。担当していたのは大手食品メーカーで、一般消費者向けの商品広告を考えていました。激務の中で、時間管理の大切さ、仕事の質を追求することの大切さ、目的に目を向けることの必要性、利益を出すとはどういうことか、データはどう読

み込むべきか、その数字だけに頼らずに、肌で感じるトレンドも必要だからこそメンテナンスを張っておく必要があるなど、多くのことを学びました。こういうことは、いくら本を読んでも本当の意味で理解することはできません。肌で、頭で、実際に感じていくことでわかっていくものなので、若いうちからこの経験ができたことはとてもありがたかったと思います。

博報堂で働く中でも、やはりリンレイに入る気持ちはまったく生じず、社内のキャリアアップを目指していました。かねてより希望していた転職が叶いそうになったのが30歳の時です。九州支社への転勤を打診されたことを父に報告すると、転勤の期間を訊かれました。「5年から15年くらいですかね」と答えると、一言「それはまずいな」と。理由を聞いてみると、実は父は肝炎を患っていて、そろそろ跡を継ぐことを視野にいれてほしいという話だったのです。そこから、当時の役員たちからの怒涛の説得が始まりました。会社まで訪ねてきたり、父のお見舞いに行けば待合室で説得されたり、その勢いはなかなかのものでした。一方、

母はこれまでは自由にやらせてくれていたのに、珍しく大反対でした。父と祖父も同じようにリンレイの経営に携わっていましたが、やはり衝突する

んですよね。それを間近で見ていた母はつらかったのでしょうか。

しかし私は、最終的にこのオファーを了承しました。なぜかというところ、広告代理店は人様の商品売るのが仕事で、売れなくても責任を取ることができない——私はその事実がいま一つ納得できていなかったのです。それがリンレイであれば、自分たちで考えて作ったものを売るといって、完全に自己責任の世界です。これは経験してみてもいいかもしれないと思い、足を踏み入れたのがきっかけでした。

### 2 リンレイ入社後の社内改革

リンレイに入社して最も驚いたのが、父による強烈なトップダウン体制が敷かれていたことでした。特に強烈だったのは財務で、昔の一族経営の会社にはありがちでしたが、本当の利益を知る者は社長以外にもう一人のみ、という状態でした。これは変えていかなければと強く思いましたね。しかし、改革していくにはまず、自分の力を父に示していく必要があります。

入社後、私は全社の企画部門を任せられました。当時のリンレイの中心は、ビルメンテナンス業界向けの業務用品の部署でした。役員は全員業務用の部署出身で、家庭用品や自動車用品出身

の者は一人もおらず、業務用品以外の部署は反主流派だという空気がありました。私は、当時赤字だった家庭用・自動車用品にも絶対に売れるポテンシャルがあるという確信があり、その分野に注力しました。博報堂で一般消費者向けの広告を担当してきたため、そのノウハウを活かしていきたいのですが、日陰の部署、財務は父が握っているという状況で、お金をポスター一枚にも自由には使えませんでした。

そのため、まずは現状を分析するところから始めました。そもそもリンレイは、家庭用品で大きくなった会社です。ビルがほとんど建っていない時代に、一般のご家庭が畳から板の間での生活に変遷したのに合わせて、家庭用ワックスが売れるようになった時代があったためです。しかし、私が入社したときは、家庭用ワックスの売上が年間7%ずつ落ちていっていました。そこで販売経路をたどってみると、家庭用のワックスなのに、塗料の間屋を通してホームセンターに納品していたようです。ホームセンターでは間屋が受け持っているコーナーに並ぶので、必然的に当社の家庭用ワックスが塗料コーナーに陳列されている状態。これでは一般消費者に商品を見てもらうことすらままなりません。そのため、まずは商品を住宅用洗剤のコーナーに置

いてもらうために、住宅用洗剤を作ることで、その方面の間屋さんとのパイプを作るところから始めました。

また当時、家で油料理をする人が減っていったというデータが出ていました。これは女性の有職率が増え、油料理の後始末が大変でやりたくないということの現れです。その世間のお困りごとに合わせるように、油污れ用の洗剤を売り出すことにしました。液体タイプとウェットティッシュタイプの2種類に加え、もう一つ工夫

を凝らしました。それが、油凝固剤です。これについては自社開発ではなく、既存の材料メーカーから仕入れさせていただいたのですが、油凝固剤を加えることで「油固めてあとしまつ」という形で3品同時展開ができました。また、キャンペーンでも、ただの商品紹介ではなく、油料理レシピの小冊子をつけるという工夫をしました。「これで心置きなく油料理が作れますよ」という消費者への提案です。この施策が響いて間屋が受け入れてくれて、ヨーカドーやダイエーなどの小売店にも並ぶようになり、住宅用洗剤のリンレイとしての流通経路と、新たな主戦場を得ることができました。



▲「トライアンドエラーを繰り返していい。ミスをして構わない。新しいことをしなさい」という形のトップダウンスタイルをとっているという鈴木社長。社員の方々の屈託のない笑顔に、社内改革の成功を感じます。

そして家庭用ワックスを売り出そうと、様々なことを試みたのですが、現代の一般家庭でワックスを塗るイメージがなかなか思い浮かばないことからもわかる通り、残念ながら市場が広がりませんでした。

それでも、得られた成果は十分なものでした。入社から5年間で、家庭用品・自動車用品の赤字を解消し、それぞれ30億円の売上を達成したのですから。この勢いで業務用品の分野にも手

を広げました。ここではまず人材の確保に取り組みました。様々な特徴を持つエリアを任せられる人材や、本部でマーケティングを任せられる人材です。利益が残らなくなるのではないかと、先づ危惧の声が上がりましたが、父に「先行投資だと思ってください」と根回しをして進めていきました。こうした改革を進めていくうちに、今や既存の社員は45%ほどになり、他はすべて私が入社してから新しく採用した人たちになりましたね。

その上で、営業ターゲットを大きく変えました。私が入社したころは、一般のオフィスビルはワックスの大きなマーケットとは言えない状態でした。それよりも、スーパーマーケットやコンビニ、ホームセンターといったチェーン展開している小売店が主戦場になっていた時代です。しかし、お恥ずかしいことに、当時のリンレイは、オフィスビルに強いビルメンテナンス会社さんにはかり入りしていましたが、なぜかというところ、それで十分儲かっていたからです。どういふことかと言うと、その頃のリンレイは家電やマットのような雑品類も今より幅広く取り扱っていて、例えばビルメンテナンス会社さんでホテルの物件管理が決まると、冷蔵庫やハンガーといった小物類をリンレイが一元管理して納品してい

たのです。懇意にしているお客様が1物件とれば売上2000万円はくだらない。ならばわざわざ他に進出する必要はないでしょうと、そういう考え方があったのです。

しかし、そうは言っていられないほど、競合他社に勢いがありました。この情勢を父に報告したら顔色を変えて、対策を打つことになりました。当社の場合、まずはチェーン展開している企業の勉強からはじめました。調べれば調べるほどこれは大変だ、となり、士気が下がっていきます。その中で、競合他社に対抗するための当社のスローガンを作りました。S&Q—SAVE

&QUALITY—もっと効率的に、もっと高品質にというものです。それを掲げて売り込んでいきました。当時狙ったのはタイエーさん。ヨーカドーさんは競合他社が入り込んでいて、私たちの入る隙がなかったためです。タイエーさんを突き動かした決め手は、福岡ドームで提案した乗車型の床自動洗浄機です。先方の社長が「これいいな、どこの会社のやつ?」と口に出したのがきっかけで、一気に注文が来ました。しかし、ここからが大変です。マシンのアフターサービスができるようなエンジニアも、スーパードが得意な営業マンもおらず、大混乱でしたね。

結局、ふたを開けてみたら他のところ

で営業調整をされていて、ここで生み出した売上は純粋な積み上げにはならなかったようですが……(苦笑)。そういう状態から始まりました。企画力や提案力をひたすら上げて、攻める場所を間違えないようにしていく。そういうことを繰り返して組織としての能力を上げていきました。

### 3 メンテナンスを科学する会社へ

こうして結果を出していくことで、やっと父に認められたのでしょうか、2004年に父が会長に、私が社長に就任しました。それも束の間で、2010年に父が亡くなりました。そこから2、3年はバタバタとして、それが落ち着いてきたところに、ようやくこれまで父を意識してやってきた自分と、その意識が父の死によりなくなったことに気がつきました。

私が社長に就任した2000年過ぎくらいまでは、同質化競争——どの企業も同じようなことをやっていけばそれなりに成長できた時代でした。それがこれからはそうではなくなって、個性がないと生き残れない時代になってしまいました。そこで大事なのは、会社としての強みを見出して先鋭化すること、弱みをどう克服していくか、そして最も大事なのが、お客様の潜在

的なニーズを捉え、顕在化する力だと感じています。

例えば一般消費者向け分野における強みは、業務用で培ってきた洗浄力が挙げられます。その強みが活かされた例は家庭用洗剤の『ウルトラハードクリーナー』です。

もともと、家庭用品が伸び悩んでいて「これを最後の挑戦にしよう」ということで売り出した商品でした。これは、競合大手メーカー製品のユーザーアンケート結果から、今の製品に満足していない15%の40万人にチャンスを見出したものになります。業務用並みの洗浄力を持つ大容量ボトルではあるものの、

価格は高めなのであまり自信がなかったのですが、意外にも大ヒットしました。ユーザーを調査してみると、主婦の方は4割だけで残りは男性など、一般的な住居用洗剤では見られない比率が見えてきて、図らずも新たな市場を開拓した結果になります。このヒットには、SNSにおける口コミの力も感じています。当社内でもそういった情報発信ができればと、今月完成した研



▲鈴木社長自ら作成してくださったプレゼン資料でリンレイ様の歴史とこれから目指す“メンテナンスを科学する”ビジョンを熱く語って頂きました。

究検証施設「リンレイ テクニカルスタジオ」には、動画配信のためのスタジオも作りました。

業務用の分野であれば、これまでの日本で最も長いワックス会社としての歴史が培ってきたノウハウと、非常にまじめで誠実な社員たちの人柄を活かしてこの競争を生き残りたいです。そのためには、関連会社のリンレイサービスと協力してデモンストレーションの件数を伸ばし、お客様の潜在的なニーズを実際の場で掘り起こすことで、商品開発に活かしていきたいです。

こういった取り組みの先に、当社は  
どうなりたいかというところ、これまでの  
ような『メンテナンスを化学する会社』  
ではなく『メンテナンスを科学する会  
社』になりたいのです。つまり化学—  
酸性アルカリ性、原材料が、建築素  
材が……といった話だけではなく、汚  
れやすい環境とは何か、地域による差  
異は、生理学や心理学を含めて、建物  
環境と人を取り巻く全体を理解した上  
で、ご提案ができるような、シンクタ  
ンクの機能を果たす企業になりたいの  
です。

#### 4 新日本ビルサービスの評価 と期待すること

新日本ビルサービスさんとリンレイ  
の向いている方向が、全く一緒だと感  
じています。

御社は今、清掃革新を進めていらっ  
しゃいますね。『今ある汚れを取って、  
建物が汚くなければいい』という価値  
観の清掃は、どうしても価値が低くな  
ります。御社はそれを変えようとして  
いらっしゃる。コーティングを中心に、  
汚れない建物づくり、手入れが楽にな  
る建物づくりに挑戦していますし、衛  
生清掃のように、美観だけではない、  
もっと快適で衛生的で安心な状況を作  
り上げていくことにも挑戦していらっ

しゃいます。これから、ビル管理の分  
野は所有と経営を分けて考えていく流  
れになり、それはビルメンテナンスの  
コストと品質をいかに天秤にかけてい  
くかに繋がりますし、新型コロナウイ  
ルスの影響で、衛生という価値は一過  
性のブームではなく、ムーブメントと  
して今後定着するはずですよ。それらの  
マーケットにすでに取り組んでいらっ  
しゃることは、ものすごいことだと感  
じています。

私たちも様々な革新に取り組んでい  
ますが、特に御社と方向性を同じくし  
ているのは技術革新です。例えば『塗  
膜を形成し、維持する』というワック  
ス・コーティングの本質に、今「こん  
な効果が続けばいいのに」と思ってい  
ただけのような要素——圧倒的な光沢  
防カビ、抗ウイルス、防滑などを——を  
添加するという取り組みをしています。  
他のビルメンテナンス会社さんですと、  
当社のサンプル品を本気で評価してく  
れるところはそう多くはありません。  
それは、ある意味本気で直営部隊をつ  
くっていないからかもしれませんね。  
その点、御社は全く違って、品質  
にかける熱量や、現場における経験や  
知識量が圧倒的です。現在もコーティ  
ングの開発でお世話になっていますが、  
今後とも是非、どんどん宿題やテーマ  
を出していただければ幸いです。



▲リンレイ鈴木社長様、和田取締役様、武村部長様、内藤様、ありがとうございます!!  
新日本ビルサービスの清掃革新は、リンレイ様なしでは成し得ません! 今後ともよろしくお願いいたします。生涯青春!!

# 「ナノゾーンコート」光触媒抗菌コーティング 資生堂本社ビルで導入！

令和3年11月20日～27日 二建物で全館抗菌コーティング実施！！



▲資生堂汐留タワー



▲資生堂汐留FSビル



▲「ウイルス達よ！ここでは生きられないぞ！」

▼朝礼と作業ポイントの確認。

従来の光触媒の弱点を克服したナノゾーンコートの新技術

**世界最小2ナノサイズでどこでも抗菌**

塗料などの顔料酸化チタンの粒子径は200～300nm、化粧品などには100nm以下のものが使われています。ナノゾーンコートに使われている酸化チタンは、世界最小の粒子径2nmまでサイズを極小化。作業工程の簡略化と環境負荷を大幅的に減らし、光触媒効果を最大限に引き出すことに成功しました。

**従来の光触媒**

従来の酸化チタン

強い紫外光が必要

酸化チタンの粒子が大きく、バインダー（接着剤）がないと定着できない。

厚もれた部分は反応しない。バインダーの変化に伴い、酸化チタンごと剥離する。

**ナノゾーンコート**

超微粒子なので、バインダー（接着剤）がなくても分子間結合して剥がれない。

強弱な室内灯やLED等の光でも反応が起こせる

バインダーで覆れないので酸化チタン粒子の全面で触媒還元反応が起こせる。



営業開発部 加藤 義彦



事業創造部 鈴木 勉

みなさん！お元気ですか！心を込めたサービスをいつもありがとうございます。

昨年からのコロナ禍により、消毒業務や抗菌コーティングなど「衛生清掃が必須」の世の中に変化しました。今回は、接触感染のリスクを圧倒的に低減する「光触媒抗菌コーティング」を導入された「資生堂様」のご紹介です。

このコロナ禍で、多くのお客様の社員の方々々が感染し、そのたびに当社が消毒をさせていただいておりました。消毒費用もさることながら、その後の対応に多くの時間ととられるお客様を数多く見てきて、この費用は「無駄なコスト」であり、何とか減らせないかと感じていたところに、この光触媒抗菌「ナノゾーンコート」エスピーワン株式会社の内記社長との出会いがありました。我々は、これまでも光触媒コーティングをご提供させていただいておりましたが、“抗ウイルスでより良い物”を探していました。

①世界最小レベルの酸化チタン

（素材と分子間結合するので密着性が圧倒的に強く、より長期に効果を発揮できる）

②数多くのエビデンス取得（日本で初めてコロナウイルスでの不活化効果データを取得）

③エスピーワン（株）内記社長の使命感（ウイルスをやっつける！熱い想い）

上記のことから、数多く展開されている光触媒抗菌の中から「ナノゾーンコート」をベストと選択いたしました。今回、資生堂様における「光触媒抗菌コーティングの導入」は、これからも予想されるウイルスとの戦いに先手を打ち、

①社員の方々と訪れるお客様の安心 ②もったいないコストの低減

を実現し、世界に安心と信頼を発信できるのではないかと考えています。

我々は、これからも衛生清掃を通じてお客様の安心生活をご提供し続け、革新サービス展開の源である“現場で感じる課題”を解決していく企業として一所懸命に取り組んで行きます。

株式会社アスム 事業本部 部長 田下 誉樹 様



はじめして、株式会社アスムの田下と申します。この度はこのような機会を頂きありがとうございます。

初めに、株式会社アスムの紹介をさせていただきます。弊社は2002年にビル管理会社として設立。現在はオフィスサービス・ホール運営の3本柱で運営しております。弊社社長であります福原有一は、資生堂創業者福原有信からの4代目となります。

業務受託先についても9割が資生堂関連となり、資生堂オフィス・工場他含め約11拠点に弊社社員を常駐させ、資生堂様への業務サービスを行っております。

御社とは資生堂銀座本社ビル、資生堂グローバルフラッグシップストアなどテナント清掃を委託させて頂いており、御社の丁寧で熱心な業務姿勢や品質について、資生堂さまより大変評価をいただき、コロナウィルス消毒作業や光触媒施工獲得にも繋がっております。皆さま一人一人の気づきや思いやりがより良い環境を作り、お客さまの心までもリフレッシュされる事と思っております。

昨今の働き方改革により、オフィス内はデザイン性に富み、社員のモチベーションを維持する空間となりっており、この空間維持を担う清掃は、とても重要な役割であり、誇りある仕事と感じております。

今後も弊社スローガンである「トコトーン」お客様に寄り添ったサービスを展開していくつもりでありますので、より一層の協力関係を築いていきたいと思っております。

▶ キャビネのコンタクトポイント。



▶ 各テーブル「しっかりと」



▶ 畳もコーティング!



◀ 全てのソファも施工。



◀ 一つ一つ丁寧に!



◀ もちろんタッチパネルも!



▶ イスのコンタクトポイント。



▶ パソコンの下まで抗菌だあ!



▶ スイッチ周りも抜かりなく。



◀ コミ箱も触るからね。



◀ 共有の文具類も!



◀ ドアノブも全て抗菌!

# — 新日本グループ 5Sインストラクター養成講座 —

## 第7期生 5S実践活動報告会&修了証書授与式

令和3年10月19日(火) 武蔵屋本社

平成30年5月25日の開講から約半年、手段である5Sの本質を学んだ受講生たちの活動報告会と修了証書授与式が、武蔵屋本社でおこなわれました。開講中に新型コロナの緊急事態宣言があり、リモートでの座学開催や現場実習延期等、今までとは一味も二味も違った、社会変化に対応した講座となった第7期でした。

### 【受講生の感想】

「自分達の仕事をやりやすくすることで、お客様に対して良い品質・サービスが提供できるようになる。それが変化の早い社会ニーズにも対応ができ、会社の売上や利益が上がることで、また更に良いサービスが提供できる。そして、それが自分達に給料という形で返ってくる！こういった5Sの凄さを周りの人に伝え、社員満足があってこそ顧客満足があることを忘れずに、できる事から実践していきたい！」

「新人教育・後輩指導に5Sでの学びを活用していけるよう、頑張ります！」



◀ドラッカー講座担当の木村温彦先生！

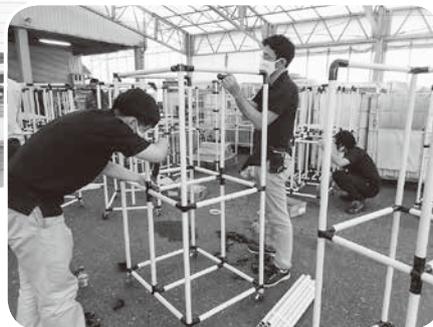
▼武蔵屋藤岡工場からは梅原さんが受講！



▲上尾工場現場実践で視野を広げました。



▲ドキドキの活動報告発表！  
「頭の中が真っ白になりました!!」



▲パイプツール実習では大量作製に挑戦！



▼志田水産様からは森野さんが受講！



▲修了証書授与式でガッチリと肘タッチ！



▲7期受講生：修了証書を手にし決意新たに、ここから学び実践に変化させていきます！

左から 佐々木モナーク 山下駿 今村匡克 阿部拓真 森野和貴 吉田純 加藤翔



# 5S現場実践！ 本社の取組み



## 技術センター・マシン倉庫

第27期に始動した清流化プロジェクトが、2年以上経過した技術センター！  
使いやすさを求めた継続活動は、1階・マシン倉庫から、建物全体へと実践場  
所を拡大し、人財育成の場へと変化してきています。



▲新たに付いた2階表示。



◀基準線でスッキリ  
区域分け。

▶本業の「清掃」  
もバッチリ！



◀発注点管理に  
トライ中！



◀担当者の見える化。



▲実践前には座学を実施！

◀岡田先生指導の下、技能  
実習生も組立に挑戦！

## 本社・CSセンター

今年3月の本社移転を機に、サポート本部を中心にモノの5SからスタートしたCSセンター！旧本社3階  
と4階が合わさったことにより、過剰になったモノを「整理」「整理」「整理」…そして「整列」。技術センター  
に追いつけ追い越せ、毎月第3木曜日に使いやすさを究め中で～す！

▼ミーティングの後は「整理」「整理」…「整理」



▲取り出しやすいようキャビネットの  
引き出しを撤去！空間にパイプツ  
ールを入れ、長物は立てて保管！



◀引き出しの中  
に何が入っている  
のか見える化！



◀書庫もカテゴリーごとに整列！



## 憩いのコーナー さわやか広場



### SNB30期生内定式 (2021年10月1日(金))



11人のフレッシュな人材を迎えることができました！  
4月に向けてより良い会社にしていきます！



### YOT-TOKO(よっとこ) MOA美術館所沢児童作品展

2021年  
10月26日(火)~  
11月30日(火)



所沢市の子どもの  
素敵な絵198作品を  
館内全体に展示！  
連日、ご家族の方を  
中心に多くの方にご来  
館いただきました。



### YOT-TOKO 大野埼玉県知事 ふれあい訪問

2021年11月12日(金)

大野埼玉県知事が「ふれあい訪問」で所沢市に視察にいらっしゃいました。

所沢市観光情報・物産館「YOT-TOKO(よっとこ)」から、所沢市と埼玉県に元気を発信してまいります！



### さいたま市見沼区 ロードサポート (2021年9月8日(水)、9月15日(水)、11月18日(木))



今回は初の試みで、開墾作業や花苗の用意も行いました！  
道行く人々の心が癒されますように。



発行日 2021年12月10日  
発行所 新日本ビルサービス株式会社  
〒337-0051 埼玉県さいたま市見沼区東大宮4-22-11  
電話 048-667-3900 FAX 048-667-3663  
ホームページアドレス <http://www.snb.co.jp/>  
発行人 関根一成  
編集者 SNB社内報委員会  
印刷所 榎秀飯舎 〒331-0058 埼玉県さいたま市西区飯田70番地

### 編集後記

早いもので今年も残り1ヶ月をきりましたね。皆さんはどんな1年を過ごされてきましたか？一昨年の新型コロナ流行から、季節のイベントやプライベートでの外出の自粛で季節感が薄れたからか、時の流れがより一層スピードを増したように感じます。この激流に流されないように、毎日を大切に過ごさざやかな思い出を作っていきたいものです。

オミクロン株が気になる年末となりそうですが、引き続き感染対策をしっかり行っていきましょう！皆さんで健やかに新年を迎えられますように。(Y.O)