



## 幸せデザインサーベイ結果

幸せ指数は63.0点で、5つの要素は全て平均点を上回る高得点。5要素の中の組織の3要素である、コミュニティ・コミュニケーション、チームパフォーマンス、マネジメント全てがバランス良く高い結果です。中でも、コミュニティ・コミュニケーション(従業員同士の関係・上司との関係・地域との関係)は非常に高い水準となっています。一般的には業歴を重ね、従業員数が増えてくると、コミュニケーションは希薄化する傾向にあるため、田名部組さまの企業努力が数値として結果に表れています。また、地域との関係性も非常に良好であるため、コミュニティ・コミュニケーションの項目がより高い結果となっています。一体どのような取り組みが、結果に表れてきたのでしょうか？

## わが社の幸せ経営

### 田名部社長の想い

15年ほど前に、幸せデザインサーベイに似たアンケート調査をしたことがあり、その時はひどい結果でした。こんなに頑張っているのに好き勝手答えやがって、と怒りすら覚えたのをよく覚えています。今考えると、当時は古き良き土建屋さんという雰囲気、会社が儲かれば飲んで騒いで、コミュニケーションをとるような時代でした。それが、業績が悪くなるのできなくなるので、コミュニケーションが取れなくなり、途端にギスギスしていました。悪い時こそ、力を合わせてがんばるべきなのに、できていませんでした。会社の雰囲気も業績も悪くなるばかりだったので、社内の反対を押し切り、説得・協力を呼びかけ、コミュニケーションの基礎から、徹底的に改革していきました。挨拶すらできていなかったのも、まずは挨拶等のビジネスマナーからスタートといった状態でした。

実は15年前のことがあるので、アンケート調査は二度とやりたくない、と思っていましたが、15年前と比べて社員の笑顔も増え、従業員も100名程度増えたので、受けてみました。結果、これまでの取り組みの成果が表れて、良い結果が出たので、非常に嬉しかったです。



## 幸せ経営の取組みその1

### コミュニケーションが何より大事

私の持論として、トラブルが起こるほとんどの原因が、コミュニケーションだと思っています。これまで、トラブルが起きるたびに色々試して、そのツールを経営の中に盛り込んでいきました。サンクスカードや社内広報誌、ボランティアチーム、ライングループ、社員互助会、部活動、2年に1回の社員旅行等がそれにあたります。社内にコミュニティールームを設け、お酒を飲みながら、親睦を深めることも奨励しています。仕事の枠を超えて、いろんなチームを作って、いろんな職員を入れて、人間関係を縦横に横断させる試みを実行してきました。コミュニケーションツールの活用がいつのまにか当たり前になり、気づいたら他の会社がやっていないこともどんどんやり始めていたような感じです。色々取り組み中で失敗はありません。どの施策も工夫をしたり、形を変えてみたりすることで、成功につなげていくからです。

毎日の朝礼での社長スピーチと社員スピーチを行っています。スピーチは必ず動画で撮影し、いつでもどこでも見られるようにしています。現場の社員など毎日会えない人にもメッセージを届けることができます。社員のスピーチもとても良いものです。失敗談・成功談や趣味について好きに話してもらっているので、人前で話す自信もつきます。コミュニケーションを取りたくない人からしたら最悪の会社かもしれませんが、人と絡んでいきたいという人にとっては、アクセスできるものはたくさんあります。

社員を信頼しているので、情報は極力開示しています。決算や人事評価の基準も開示して、ありとあらゆる角度から社員と向き合うようにしています。



壁一面のサンクスカード





全員の写真入りの社員手帳



## 幸せ経営の取組みその2

### 地域とのつながりとブランディングチームの役割

当社は、カーマインという情報誌を作成し、年に4回、八戸市全域に配布しています。始めてから、6年目に入ります。田舎の建設会社なので、昔から除雪や道路の維持・修繕、お祭りや町内会のイベント等で地域とのつながりはありました。地域のみなさまも、困ったら田名部組に来てくださいます。ただ、目に見える形で地域に対して何かし始めたのは、カーマインからです。カーマインはブランディングチームが中心になって作成していますが、彼らが自発的に地域と絡んで、取材をして、自分たちで記事にしています。職員が自分たちの感性で自由にやってくれているのが、すごく良いんです。地域とのつながりは前から強かったですが、カーマインでより田名部組のことを地域の人たちに分かってもらえるようになりました。

ブランディングチームのお仕事には、社員手帳の作成もあります。社員手帳は、会社の方針やルールを掲載するものですが、約300名の全社員の笑顔の顔写真や趣味が載っているのが田名部組の社員手帳の特徴です。社内広報誌も毎月発行し、社内や現場のいたるところに貼っています。サンクスカードは長年取り組んでいます。ブランディングチームがサンクスカードを読み、毎月の表彰をしています。また年に2回の表彰の際の景品を考えるのもブランディングチームのお仕事です。ホームページやSNSもブランディングチームが担当しています。社内外のPR全てブランディングチームが担当しているので、田名部組が大事にしているコミュニケーションの中心にブランディングチームがいます。

### 幸せ経営の取組みその3

#### 「男女不平等」、女性が輝く建設会社

当社ではコミュニケーションを活性化するため、いろんなことに取組んでいますが、他社にはない独自のものと言えば、「男女不平等」です。「男女不平等」という言葉だけですと誤解を招きそうですが、例えば、建設現場で男性と同じように重いものを持ってもらうことはできないので、その部分でしっかり配慮するということです。分かりやすく言えば、女性社員が明るく元気に働けるように、女性社員をえこひいきしています。女性が活躍すると男性社員も嬉しく、職場が明るくなります。田名部組は青森県の建設業の中で女性比率が一番高いんです。15年前は女性社員を現場に連れて行くと迷惑だと言われていました。これは現場の本音でした。でも、女性がかんばれないと思っているのは偏見です。田名部組はそれを許しません。女性社員のいる現場は綺麗で安全で、施工主からの評判も良いです。女性が働きやすいように、現場のハード面も整えています。もちろんお金はかかりますが、それ以上にパフォーマンスが上がるので問題ありません。女性の活躍により、幸せペンタゴンが広がっていると思います。今回の結果は、女性社員の力も大きいと思います。

社内のイベントは女性に仕切ってもらうなど、どんどん女性が前に出て取組むことを会社として奨励しています。会社が少し後押しをすれば、職場で輝く女性はたくさんいます。部長職には女性がいますが、これからは女性に幹部職員にもなってほしいと思っています。





## これからの幸せ経営

### 田名部アカデミー

昨年から、田名部アカデミーを始めました。職員が講師として話す動画を100本以上作って、田名部アカデミーとして配信しています。講師になるとその人が一番詳しくなるので、職員自身のレベルも上がります。また視聴する側も身近で優秀な先輩が出ている動画は、見てみようと思います。自分自身の弱いところを自己分析してもらって、学びたいことを何時でも何処でも学んでもらえる環境を整えました。田名部アカデミーをもっと充実させていくために、職員と共に取り組んでいるところです。

まだまだ現状に満足してはいけないと思っています。実は、私以上にぶつとんだ意見は出てこないのが現状です。職員には失敗しても良いと言っているのですが、私がブレーキをかけないといけないほどのアイデアが出てくるようになってほしいです。今は私がツールや仕組みを作るというより、職員自らが自由な創造をできる環境・土壌を創っていくことを目指しています。これからもいろんな取り組みを続けていきますが、他社様から、田名部の仕組みを導入してほしいと言われるぐらいになりたいです。

幸せデザインサーベイについては、始めたばかりでまだ全員には浸透していないと思っています。もしかすると今回参加していない人の中に、幸せじゃない人がいるかもしれないので、今参加していない人が楽しそうだなと思って寄ってきてくれるような仕組みを作りたいと思います。そうすればもっと幸せ指数が上がるはずです。全職員が幸せや充実感を感じられるような会社になれば一番良いですね。