空調タイムス
THE AIR-CONDITIONING TIMES
9 28 水
2016年〈平成28年〉
週刊
第2652号

談話室

近年、銅管業界で注目を集めているのがルームエアコン（RAC）用の熱交換器で発生が報告されている「アリの巣状腐食」だ。高気密性住宅で発生すると言われており、日本のみならず、アジア各国でも発生例がある。

RACの熱交換器に一般的に使用されているDHP（高りん脱酸）銅。このりんが、よくない働きをするのではないかとも言われる。このためエアコンメーカー各社はOFC（無酸素銅）の採用を進めている。ただしこれには高コストというネックがある。

別の手法から低コストの対策製品を上市する銅管メーカーあり。これは逆に、りんの含有量を増やし、腐食を『貫通』方向ではなく『表面に広がる』方向に進行させるもの。決め手になるかどうか。

ズームアップ人点描

"ミッション"サイクル描き切る

空調・給排水衛生設備の設計・施工・メンテナンスを手掛けるヨコレイ（社長＝有井清氏、本社・横浜市保土ヶ谷区新井町657）は1966年、大手家電メーカーのサービス代行店として創業し、今年で50周年を迎えた。『すぐに』と『きちんと』を合言葉とし、大手には真似できないスピード感と高品質なサービスを提供することを旨とする。ここには「価格」以外の価値で顧客に選ばれたい、という同社の思いがある。現在同社の売上は、業務用パッケージエアコンの設置・更新工事が多くを占めるが「メンテナンスをメーカー任せにはしない。自分たちのお客様は、自分たちでフォローする」（有井清社長）の考えの元、同社のルーツとなるメンテナンス事業に重きを置いている。

その実績は並ではなく、修理依頼に対する当日訪問率は100㌫、修理の依頼から24時間以内の機能回復率は98・9㌫（空調100㌫、給排水97・9㌫）を達成（2015年下半期の実績）。

こうした実績の根本には、同社メンバーが一丸となって一つの『ミッション（使命）』達成を目指す姿勢がある。同社は「お客様へ貢献する設備のコンビニエンス・カンパニー」をミッションとして掲げる。コンビニのように、顧客にとり身近で便利な存在となることを目標としているわけだが、このミッションという概念は、ピーター・F・ドラッカー（1909～2005）の『ミッション・マネジメント』の考え方に基づく。同社は協力会社も『ミッション実現のパートナー』と捉え、ミッションの考え方を紹介しているが、その際に有井社長はよく「サンタクロースのミッションの話」をして理解を深めてもらっている。その一端を紹介する。

ヨコレイ
有井　清代表取締役

◇

サンタクロースの仕事は12月24日の夜中、子供たちにプレゼントを配ること。プレゼントを配るのは真冬の夜中であり、雪も積もっていてかなり寒い。そんな中、各家庭の煙突から入り、子供の枕元へ行かなくてはならない。サンタのミッションは『子供たちに神様の愛を届ける』こと。当日の夕方、配達前に集められたサンタたちを、ミッションを共有しているAチームと、そうでないBチームとに分ける。両チームの考え方がいかに異なり、いかに行動が異なるかをつぶさに追っていく。

まずプレゼントの積み込み現場にてAチームはこう考える。『あらかじめ調べたものを間違えないように積んでいこう』。Bチームは『子供は何をもらっても喜ぶから適当に積んでいこう』。次にプレゼントの扱いについて、Aチームは『雪で濡らしたり、煙突の煤で汚したら台無しだ。箱もつぶさないようにしよう』。Bチームは『雪が降っているんだから少々濡れるのは当たり前。煙突から入るんだから煤が付いたり箱がつぶれるのも仕方ない』。そして配達中は、Aチームは『さっきの子、喜んでくれるかな…』。Bチームは『寒い！早く終わらせて帰ろう』。配達が終わった際には、Aチームは『本当に喜んでくれたか、気になるな。ちょっと行って確認してくる』（別のサンタが）『僕も行こう』。Bチームは『お疲れさま。来年はどうしようか、この仕事大変だしな…』と呟いて解散。しばらくしてAチームだけがもう一度集まりこう話し合う。『みんな大喜びしてくれてよかった』『来年も子供たちに神様の愛を届けよう』。

それぞれのチームは一体何をしたのか。Aチームは『プレゼントを通して子どもたちに夢を届け、神様の愛を感じてもらう』こと。すなわちミッションの達成だ。Bチームは『自分に与えられた仕事であるプレゼントの配達』をこなしただけ。このようにミッションは、難しく、大変な仕事に対し、前向きな気持ちや勇気、そして大きな達成感を与えてくれる。

◇

「せっかく社是を掲げているのに活かしきれていない会社が多いのは、社是を『皆のもの』として捉えきれていないから。『ミッション』の考え方ならば、大事な価値観を皆で共有することができる」。

同社はミッションを具現化する手段として、様々な取組みを実践している。例えば同社は『ホスピタリティに溢れるハートフルな対応』を目指す。秘書検定の資格取得を推奨するなどし、マナーや言葉づかい、対応の速度等全てにおいて実現を目指す。また、顧客に言われた「ありがとう」の数をカウントしていることも一つの手段だ。「ありがとう」を言ってもらうには、自分が今日、どういったことを達成したのか、それが顧客の役に立つために自分が嬉しく感じていることを、顧客に伝えなければならない。顧客に仕事の価値を理解されてこそミッション達成となるのだから、これは重要だ。加えて「ありがとう」の一言が、次の仕事への活力ともなる。さらに修理の2～3日後の「アフターコール」も欠かさない。まさに先のサンタの例の中で、一度配達が終わった後に再び子供の元へ確認しに行ったことと同じだ。「この最後の工程を経て、ミッションが一本に繋がる」。このように、ミッションのサイクル全体を描き切ることが、ヨコレイの原動力となっている。

2016年9月28日

空調タイムスに掲載されました。