

# GSway

ともに歩み、ともに進む

16  
Nov. 2022

02 | 特集

## 第6回「グローブシップ株式会社お取引先Webセミナー」



- 08 | お客様とともに歩む
- 10 | 支店へようこそ！（札幌支店）
- 11 | グローブシップ ナウ！
- 12 | 春風亭昇吉の耳寄ばなしと太ばなし



代表取締役社長  
矢口敏和

仕事の質や労働生産性を高めるために

新型コロナウイルスの感染が広がり始めて以降、「社員の働き方」や「企業運営のあり方」の変化が顕著です。これまでの働く時間と場所を固定する働き方から、オンラインを活用したより柔軟で合理的な働き方、仕事の進め方が急速な広がりを見せています。こうした新たな働き方を推進し進める中で、本来の目的となる仕事の質を高め、高い労働生産性を実現することが多くの企業で経営課題とされています。

その解決のカギを握るのがDX(デジタル・トランスフォーメーション)への取り組みです。デジタル技術を活用して業務の効率化を図るだけでなく、ビジネスプロセスや業務の仕組みを変え、創造性を発揮し、経営のあり方をも変えていく。弊社も、DXの考えを取り入れ、会社運営の手法を変革するとともに、お客様に提供するサービスの品質向上と効率化に取り組み始めました。皆様の会社でも同様の問題意識から既にDXに取り組まれていることと拝察します。こうした背景から今回のセミナーのテーマは「企業でのDX導入の考え方」としました。ご参考になれば幸いです。

講演  
人間中心DXの考え方とDX推進のポイント

DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進が企業に求められています。これは自社のサービスを変化させるだけでなく、組織運営自体にも大きな影響を与えるものです。第6回「お取引先 Webセミナー」では、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の河合一憲氏に、企業におけるDX推進のポイントなどを講演いただきました。その内容をダイジェストでご紹介します。

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社  
デジタルトランスフォーメーション推進部 部長・プリンシパル  
河合一憲氏

消費者にとっての価値を見極めることが出発点

いわゆる「DX」の意味は曖昧ですが、この講演では「デジタルテクノロジーを使って業務価値を向上させること」と定義します。DXとともに最近よく耳にする言葉に「デジタルイゼーション」がありますが、こちらは「これまでの仕事の仕方をデジタルの活用で効率化すること」と解釈するとよいでしょう。デジタルイゼーションは社内業務、DXは自社を含む業界そのもののあり方を変えることにつながり、ビジネスモデルの

変革にはこの両輪で取り組む必要があります。

まだ世に存在しない価値を創出できれば圧倒的な勝ちパターンに持ち込める可能性があります。DXはそれ単体で効果を発揮するものではなく、自社の資産たる過去の経験と組み合わせることで初めて機能します。新しい価値の創出を目指すとはいえ、顧客をゼロから生み出すのは容易ではないので、「既存の顧客の困りごととは何か」という角度からアプローチすることも欠かせません。それと同様に重要なのが、「消



かわい・かずのり 東京大学公共政策大学院修了。英国立ロンドン大学クイーンメアリービジネススクール修了。業界横断的にICT・DXを中心とした企画立案から実行支援まで幅広い領域・テーマに従事。オペレーション・ICT領域の改革・導入支援からIoT・AIを活用したスマート化(スマートファクトリー・スマートロジスティクス等)の検討・実装支援といった先端技術活用支援まで数多くの案件に対応している。官公庁や自治体のDX・スマート化対応にも豊富な知見を保有し、住民視点の行政DX対応にも強みを持つ。

DXによるインパクト

	ポジティブ	ネガティブ	論点
価値の変化	■ 価値あるデータを持つ企業が勝ちパターンを持つ ■ 規模や地域にとらわれず本当の「価値」を評価	■ 「価値あるデータ」の判断が難しい ■ 膨大なデータを蓄積することによるコスト増	■ 「需要のあるデータ」を定義し、そのデータを体系化した資産として活用できるか
コスト構造の変化	■ データを可視化することで新しい管理基準や精緻化を実現することが可能になる	■ DXに対する投資は長期的な施策が多く、コスト回収に向けたROIや投資対効果を明確にしにくい	■ デジタル投資に対する企業の考え方の整理とDXで目指す姿を明確にすることができるか
市場の変化	■ デジタル化による時間・場所を超えた新市場の開拓やニッチ市場の拡大を目指す	■ 既存市場に新しい協業、類似市場によるカニバリゼーションの発生などが生じる可能性がある	■ 新規市場の獲得だけでなく、既存市場、既存顧客に対してDXで付加価値を提供できるか

費者にとっての価値は何か」をしっかり見極めることです。例えば通販サイトは顧客の利便性を向上させますが、実際に店舗で買うという行動を楽しみにしている消費者も少なからずいるはず。人は効率性のみを追求するのではないということ踏まえ、「消費者が真に求めていることを把握するために多様なデータを収集・分析する」といった人間中心の視点を持つことが、DXを成功に導く第一歩となるでしょう。

人の感性・行動・身体とデジタルを掛け合わせる

人と協働するDXの実現には、人間しか持たない「感性」「行動」「身体(肉体)」とデジタルを掛け合わせることが必須です。ドライバーの判断を支援する自動車の自動運転技術などは、人と協働するDXの一例だといえるでしょう。

旅行先での立ち寄り先や過ごし方のように、多種多様な選択肢の中からその人にとって最良の行動を支援してくれるサービスがあれ

ば、それも人間中心のDXだといえます。「楽しい」「うれしい」「よかった」「疲れた」といった抽象的な感覚をデータ化して企業が活用できるようにすることもまさしく人間中心のDXです。肉体的な限界を乗り越えさせたり、疾病・障害などによる不具合を支援したりするなど、人の身体をサポートするデジタル技術も対象です。

弊社が支援した「感性×行動」のDXに、イベントや美術展等の企画への市民参加によるウェルビーイングの向上やエリア・施設へのロイヤリティ、他エリアへの波及効果等を定量的に補足した事例があります。「行動×デジタル技術」として挙げられるのが、地方自治体と旅行会社が協働し、膨大なデータから個々の旅行者に最適なツアーを提供する仕組みを構築しようとしている事例です。「身体×デジタル技術」としては、ウェアラブル機器とオンライン診療を活用してパーキンソン病の患者をサポートしようとする製薬会社と自治体の取り組みなどがあります。

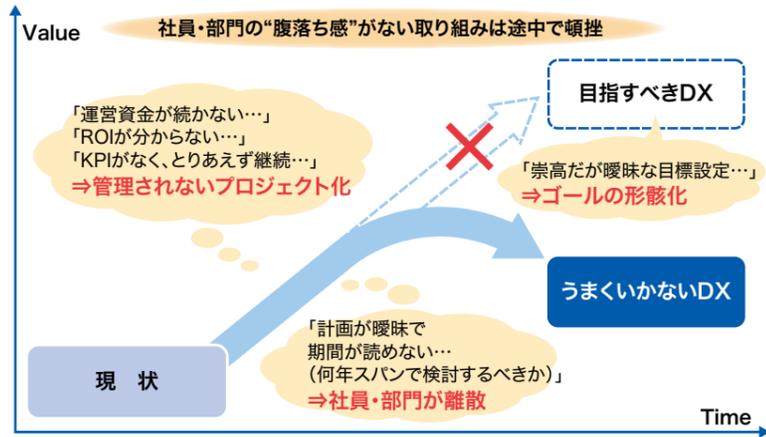
このように痒いところに手が届くような、やりたかったけれどもできずにいたことをDXで実現できれば、新しい市場を開拓できる可能性が大きく高まります。

こうしたDXを実践する際に必要なのは、「慣習からの変化を恐れない」ということです。「発想の転換」も大切で、「これまでAをしてきたのだからBをしてはいけない」ではなく、「Bも試してみよう」と考えることも忘れてはいけません。ほかに「自ら積極的に行動する」「自ら新しいことを生み出す」「短期・短絡的な判断をしない」といった心構えも大事です。具体的な行動としては、「データに基づく定量分析をルーチン化(常に見える化)する」「分析結果から施策を検討する際は必ず第三者のアドバイスを受ける」「最悪ケースも含めたシミュレーションをしてメンバーと共有する」「今まで未体験だったことを積極的に体験する目標を立てる」といったことが有効だと思います。

重要なのは目標の明確化と経営層のコミットメント

企業が取り組むDXの目的の多くは、「売上向上」と「業務効率化」に大別されます。弊社が支援している大手サブコンは、社内にDX専門の組織をつくって戦略を策定。ある程度の裁量を与えて組織に「独立性」を持たせつつ、「グループの戦略」とぶれないようにコントロールしたことで、マーケティング・投資の両面でDXを効率的

## うまくいかないDXの典型例



に推進できています。また、中堅飲料メーカーは、早計に売上を伸ばそうとするのではなく、まずは新規事業を検討する際に活用できそうなデータベースの整備から着手して、将来的な売上向上をもたらそうとしています。

一方、業務効率化を目指す大手機械部品メーカーは、間接部門と現場の連携がうまくいっていない課題に特化して改善を実施。単に「社内の業務改善を進める」と宣言すれば、あらゆる部門から改善要望が殺到するだろうことを考慮し、優先すべき改善領域を絞ったことで、早期に成果を上げました。大手運輸・輸送グループは、経営陣がコミットしたプロジェクトを組織。業務改善は部門間の調整に手間取りがちですが、意思決定や投資判断をプロジェクト内で可能としたことで、スピード感を持った業務効率化を進めています。

### 社員の納得を得られない 取り組みは失敗しやすい

逆にDXの失敗事例に目を向け

ると、大きく3つの原因が浮かび上がります。途中で頓挫する例でよく見られるのは、その取り組みのROI(投資収益率)やKPI(重要業績評価指標)が不明確なために、次第に管理されないプロジェクトと化してしまうことです。

目標設定が曖昧なDXも失敗しがちで、いくら崇高な理念を立てても、それが具体的な行動にまで落とし込まれていなければ、社員は目今の業務だけに集中してプロジェクトにかかわらなくなります。最近ではSDGs(持続可能な開発目標)やESG(環境・社会・ガバナンス)を意識する企業が増えていますが、それらをDXに結び付けて推進しようとする場合は、社員や部門の「腹落ち感」が得られるかがポイントとなるでしょう。

また、多くの部門から担当者が集まるDXプロジェクトでは、「自分の部門がどんな利益を得られるのか」という思惑がぶつかり合っただけで、定例会が開かれるばかりで進捗しないということになりかねません。これらの課

題をどう打開するかをしっかりと検討しておくことも大切です。

### デジタル化が進んでも コアになるのは「人」

どんなに技術が進展しても、「人が感じる」「人が動く」「人が考える」という部分がなくなることはありません。大事なものは、それらをデジタルとどう組み合わせる新しいことをするかです。

偏った固執をやめて視野を広げること重要。製造業の中には「当社では優れた職人がいいものをつくっているのだから、デジタル化をする余地がない」といった主張もあります。確かに職人技はコアコンピタンスであり、それ自体をデジタル技術への置き換えはできませんが、DXによる効果的なマーケティングで若い顧客層を開拓するといったことは、技術を存続させるためにも必要です。

アマゾンやマイクロソフトがものづくりも卸売も小売もしているように、デジタル化社会の到来は既存の市場に思いもよらないプレーヤーの参入を招く一方で、皆さんの会社が新しいことに挑戦するための大きな機会ともなります。以前は把握できなかったことが可視化され、「消費者がこんなことを思っていたのか」という気づきを得られるのは、まさにデータ化の恩恵でしょう。そうしたデジタル技術と、会社に蓄積されている過去の経験を組み合わせる新しい価値を創出することこそが、目指すべきDXの方向性だと思います。

## 現場におけるグローブシップのDX取り組み事例 最新のデジタル技術で 実現するFM業務のDX

グローブシップではAI搭載ロボットWhiz(ウィズ)シリーズ<sup>※</sup>や、建物の維持管理をデジタル化する最新のツールを活用することで、FM業務のDXを力強く推進しています。これまでも増して多様かつ高品質なサービスをワンストップで提供いたします。

### AI搭載の清掃ロボットが 空港の快適な環境を維持

ソフトバンクロボティクス株式会社がAI搭載の画期的な清掃ロボットWhizシリーズをリリースしたのは2019年。清掃担当者による手動運転でルートを学習させ、清掃ルートの開始・終了場所を認識したWhizシリーズは、覚えたルートを自律走行しながら清掃を行います。床のチリや花粉、カビ、細菌など人の目に見えない汚れまで吸い上げる高い吸塵力を有し、換気口に装備された高性能のHEPAフィルタが空気中に浮遊する菌を除去。人や障害物を検知すると回避・停止するので、安全に運転させられるのも特長です。当社は清掃業務のDX化を図るべく、Whizシリーズをいち早く多様な施設に投入。オフィス、ホテル、教育施設、小売店など施設ごとに最適な運用方法を追究してきました。

今では自社の清掃業務で活用するだけでなく、自ら運用されるお客様の施設への導入もサポート。2022年10月時点で、グローブシップグループで139台が稼働



するほか、社外のお客様に89台を納入しています。

### 異なる床材での清掃を可能に

国内最大の旅客数・発着数を誇る東京国際空港第2ターミナルです。床の材質はハード、木、カーペットとエリアによって異なるため、導入当初のWhizシリーズは床の境目でエラーを起こしがちでした。そこで、ソフトバンクロボティクスの技術チームと連携し、現場調査と走行テストを繰り返し実施。ソフトウェアのアップデートを重ねることで動作が改善され、多様なフロア環境に対応できるようになりました。広範な範囲を常にクリーンに保つWhizシリーズ

は、空港の快適な環境づくりに貢献しています。

### Society5.0に取り組む 大学の清掃業務を効率化

学校法人亜細亜大学の武蔵野キャンパスの清掃を担う当社は、2019年にWhizシリーズを投入。図書館と、大学事務室や教員研究室などのある1号館での運用を開始しました。同大学はSociety5.0(仮想空間と現実空間を融合させ、経済発展と社会的課題の解決を両立する社会づくりに向けた取り組み)に意欲的に取り組んでいます。学生さんに人工知能やロボットの存在を身近に感じてもらうための

※Whiz(ウィズ)シリーズにはWhizとWhiz i(アイリスエディション)が含まれます



学校法人 亜細亜大学  
財務部 施設課長  
中村 正和 様

来的にはWhizシリーズが進化し、屋外で落ち葉を掃いたり、学生と簡単な会話ができるようになったりしたらおもしろいと思います」と中村様はWhizシリーズへの期待を語ります。

「『清掃担当者が使いこなせるのか?』『本当にきれいになるのか?』『お客様がおられる営業中の店舗で安全を担保できるのか?』といった導入前に抱いた不安は、本稼働すると同時にすべて解消しました」と、株式会社マルイファシリティーズ環境営業部課長の小口茂久様。清掃ロボットの導入実績が豊富なグローブシップによる万全の導入支援を受けたことで、安心感をもって運用を開始できたといいます。

「お客様には、床面を除菌しながら清掃するロボットを営業中に走らせることで安心感を提供。かわいいラッピングを施すことでお子様にも喜ばれ、施設価値を向上させることにもつながっています」(小口様)

人材難のさらなる深刻化が予測される中、ロボットを活用した清掃業務のDXは不可欠であるとして、マルイファシリティーズはWhizシリーズのさらなる有効活用を模索されています。

よい機会にできるとして、Whizシリーズの導入を歓迎してくださいました。

同大学施設課長の中村正和様は「当初は学生も教職員もWhizシリーズが稼働するのを興味深く見守っていました。本学は2023年度にデータサイエンス学科を新設する予定です。今後、全学において教育現場にVRなどの先端技術を積極的に採り入れる方針で、Whizシリーズはそうした方向性の象徴ともなっています」と話します。

以前は当社の亜細亜大学武蔵野キャンパス出張所のスタッフが、特に床面積の大きい図書館を清掃するのに多大な労力を費やしていましたが、Whizシリーズ導入後は毎日の作業時間が約1時間短縮され、作業品質も向上しています。清掃にあたる人員の運用にゆとりが生じ、外構の雑草処理や落ち葉掃きなどに人手を割きやすくなるという副次的な効果も得られました。「今後、他の建物や教室でも運用することを検討しています。将

### 商業施設の清掃ロボット導入を多角的にサポート

全国に商業施設を展開する丸井グループの施設管理を手掛ける株式会社マルイファシリティーズも、清掃スタッフの慢性的な人手不足に対処するための手段としてWhizシリーズに着目。当社はその導入を全面的にサポートさせていただきました。準備段階では、清掃効率だけでなく物損事故を起こさないことにも配慮したルートを入念に検討し、店舗内のレイアウトがいつ変更になっても対応できるように、複数の清掃経路を作成。全ルートの走行試験を入念に行ったうえで、清掃員の皆様にWhizシリーズの操作法とメンテナンス法をレクチャーし、店舗ごとの利用環境に合わせたマニュアルも配付しました。



株式会社マルイファシリティーズ  
環境・フードコート事業本部  
環境営業部 環境清掃一課  
担当課長  
小口 茂久 様

## IoT技術を駆使してスマートビルディングを実現

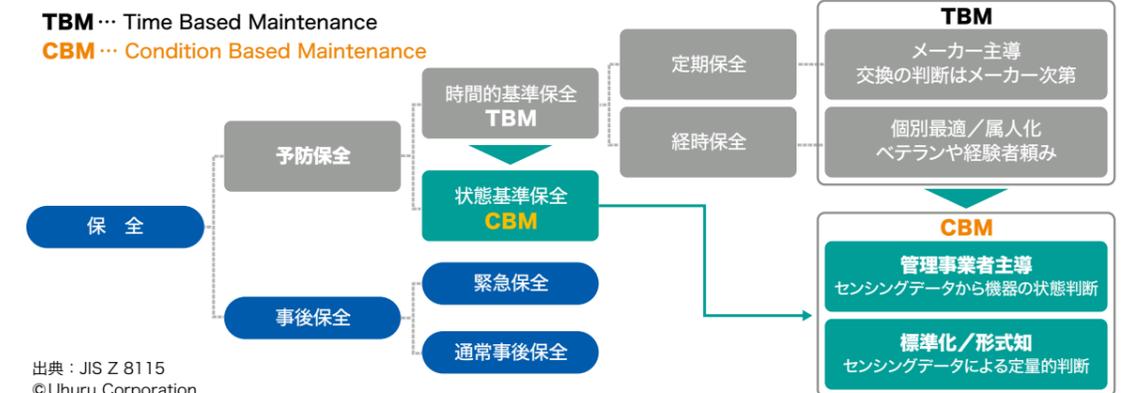
当社は2022年4月に最新の技術を駆使したFM業務パッケージを構築する専門部局として、FMDX開発事業部を開設。お客様の施設機能と管理機能を最大限に引き出すDX化に注力しています。

ビルの機能維持を目的とする保守・保全是、予防保全と事後保全に大別されます。一般的に機械・設備が壊れてから対処する事後保全が重視されがちですが、予防保全によって突発的なインシデントを防ぐことも同様に重要です。その予防保全は、一定の周期で行う定期メンテナンス

(TBM=時間基準保全)と、機械の状態を常時監視して異状を検知すると行うメンテナンス(CBM=状態基準保全)に分類されます。従来は定期メンテナンスが主流でしたが、各種機器に取り付けたセンサーがデータを収集するIoTが発達した現在は、異状にタイムリーに対応できる状態基準保全が推奨されます。

FM業界で60年超の実績を誇る当社はこのほど、IoT業界で常に最先端の技術とデータマネジメントにより企業DXを推進してきた株式会社ワフルとの協業体制を構築しました。2社の強みを生かし、FMにおける省エネ・省人化からビル全体のインテリジェント化まで、多様なソリューションをワンストップで提供。快適なスマートビルディングの実現をご支援いたします。

### 老朽化するオフィスビル/ビル設備の保全方法の高度化



## 警備業務の省略化に向け最先端のAIロボットを導入

労働力不足の解消や生産性の向上を目指してWhizシリーズによる清掃業務の自動化に取り組んできた当社は、警備業務などのDX化も視野に入れ、アイオロス社製のヒューマノイドAIロボット、アイオロスを導入しました。

アイオロスは介護施設等で多忙なスタッフの負担を軽減する目的で開発されたロボットで、指定されたルートを自律走行するのはもちろん、自らエレベーターのボタンを押して目的階に昇降することも可能です。搭載されたAIは人やモノを認識する能力に優れ、巡回中に傷病者などを発見すると、管理責任者のスマートフォンに即座に通知を送信。また、UV-C(深紫外線)を照射するグリッパーを装

着し、対象物と除菌時間を設定すれば、ビル内の巡回中に局所除菌や広範囲除菌も行わせられます。局所除菌では深紫外線を1.5秒間照射することで約10cm四方の範囲のコロナウイルスを99.9%除菌できることが証明されており、ウィズコロナ時代のオフィスビルにも有用です。

現在、当社本社ビルで除菌や夜間巡視作業を行いながら実用化に向けた検証を実施しており、近い将来、お客様のFMの現場で稼働させることが見込まれています。



# 臨海副都心の玄関口に建つBCP機能と開放的な眺望を兼ね備えたビル

台場フロンティアビル(東京都)



東京臨海副都心の玄関口となるお台場地区に立地し、BCP機能とウォーターフロントならではの眺望が大きな特徴である台場フロンティアビル。臨海副都心地区と竹芝地区でビル運営を手掛ける株式会社東京レポートセンター事業部営業課営業マネージャーの北澤実様に話をおうかがいし、グローブシップ・台場フロンティアビル出張所所長の高橋高資が業務について説明します。

## 最先端の設備でBCPに対応

お台場地区は、ホテルや大型商業施設、フジテレビ本社屋などが建ち並ぶ観光客にも人気のエリア。都心部や羽田空港からのアクセスもよく、日本最大のコンベンションセンター・東京ビッグサイトにも近いなど、ビジネスの拠点として理想的なこうした場に、台場フロンティアビルはあります。

臨海副都心地区と竹芝地区で台場フロンティアビルを含む複数のビルを管理・運営する株式会社東京レポートセンターは、1991年より企業誘致や地区の基盤施設の管理、東京都の未処分地での駐

車場運営やイベント誘致活動、地域の賑わい創出などを手掛けてきました。

「臨海副都心は東京都の主導で、災害に強いまちとして様々な防災対策を整備し、開発を進めた地域です。電気やガス、上下水道などのライフラインはもちろん、通信・情報ケーブルもすべて地下の共同溝内に収容され、建築物は支持地盤まで基礎杭を埋設しているため、企業のBCP対策にも適した場所といえます」(東京レポートセンター事業部営業課営業マネージャー北澤実様)。

この地域で想定される津波や高潮への対策も講じられ、さらに隣

接するビル同士の距離が十分確保されているため、大規模な延焼火災の可能性は低いといえます。

窓からお台場海浜公園の緑や海をのぞむ眺望は、ウォーターフロントに建つビルならではの。ライフラインは地下にあるため、電線が景色を遮ることはありません。

「仕事の合間などに、窓の外の緑や海を見てほっと一息つくこともできます。これは都心部のビルとは大きく異なるポイントでしょう」(北澤様)。

## 女性目線を反映した共用部改修

台場フロンティアビルが2020年5月から大規模改修工事を行ったのは、開業以降、長年入居していた大型テナントが退去したことがきっかけでした。

空調機やOAフロアの更新、共用廊下とリフレッシュコーナーの全面リニューアルなどを実施。グローブシップは照明設備のLED化およびトイレとリフレッシュコーナーの改修工事を担当しました。

「改修工事中はグローブシップの担当ではない工事についても進

捗状況を把握して、逐次報告してくれたので、非常に助かりました」(北澤様)。

共用部の改修は、竣工から約30年が経過し、少し暗いイメージがあった空間を一新するねらいがあったといいます。

「オフィスビルには働き

やすい快適な空間が求められています。男女問わず活躍する現在の社会ではありますが、トイレやリフレッシュコーナーについては、女性の意見を多く取り入れ、誰もが利用しやすい空間を目指しました」(北澤様)。

リフレッシュコーナーに隣接する給湯設備のシンクは大理石調のものに替え、トイレは壁材、床材全てをリニューアルしました。木目調の壁に囲まれ、LEDライトに照らされた女子トイレのパウダールームは、商業施設のような明るい雰囲気があふれています。

「改修後にビルを内見にきた仲介業者の方々には、まるで新築のオフィスのようなだと言われました。また、以前よりもリフレッシュコー



株式会社東京レポートセンター事業部 営業課 営業マネージャー 北澤実様(中央)と営業一部 三課長代理 内山篤(左)、台場フロンティアビル出張所 所長 高橋高資(右)

ナーで電話や立ち話をする利用者が増えたと感じています」(北澤様)。

今後は、セキュリティシステムの更新を計画するほか、テナントの入居状況に合わせて、1階への待ち合いや商談スペースの設置も検討しています。

「新規のテナント様が入居した際には、グローブシップの担当者が設備に関する利用者からの相談に、迅速かつ丁寧に応じ、セキュリティシステムについては警備担当者との間に立って的確な対応をしてくれました。こうしたきめ細かな対応がお客様からの信頼につながると思います。今後も施設管理を担当する各社と緊密に連携し、迅速な対応を心掛けていきたいですね」(北澤様)。

「お客様第一」をモットーとする台場フロンティアビルでは、現場の担当者が一丸となり、テナント企業やビル利用者の要望に耳を傾け、安心・安全・快適なオフィス空間づくりを目指します。

## 出張所概要

台場フロンティアビル出張所

- 受託サービス：設備管理、清掃業務
- 配置人数：設備10名、清掃8名



壁材、床材、照明など全面リニューアルされたトイレ

給湯設備周辺はリニューアル前(上)と比べ清潔感あふれる明るいスペースに(下)

## Building Profile

- 所在地：東京都港区台場2-3-2
- 敷地面積：9,000.42m<sup>2</sup>  
延床面積：74,647.75m<sup>2</sup>
- 主要用途：テナントオフィス、店舗、飲食店等



テナント募集中の20階からの見事な眺望

創意工夫とチームワークで  
 どんなことにも挑戦する



うちの自慢のスタッフです

グローブシップ(株)札幌支店の設立は2015年。大手企業の案件に強い(株)ビル代行札幌営業所と、地元密着型の日本ビルサービス(株)札幌支店が統合して誕生しました。現在はパートも含め、約160名で42の物件を管理しています。「管理物件は札幌市近郊に集中しており、タイムリーで小回りの利いた対応を心がけています。大雪時の除雪作業など緊急の依頼にも対応できていることでお客様から、好評をいただいています。そのほか、函館市や旭川市など道内各都市でも物件を管理させていただいています」と支店長の中森毅は話します。

また、本州では一年中できる作業が、北海道の冬場では降雪や凍結のため、不可能な場合もあります。お客様に少しでも早く快適環境をお届けできるよう段取りを組んで準備を進め、着工後も可能な限り迅速に作業を行っています。地域特性に関わることなので、ノウハウを蓄積してスピード感とクオリティ向上に努めています。札幌支店の掲げる目標は『創意



■支店スタッフ 佐藤 匠  
 アルバイト時代から通算13年目。札幌市内の大型商業ビルの管理責任者を務めた後、工事課へ異動。また2022年開始のマンション受付業務の立ち上げにも関わる。複数の業務を経験していることから、俯瞰的な立場で現場を見られる人材と期待されている。

工夫とチームワークで、どんなことにも挑戦する。2022年1月からは、新たにマンションのコンシェルジュ業務を開始し、清掃とセットでサービス展開を始めました。「支店としても初めての業務だったので、まずは私や工事課の佐藤が現場に立ち、スタッフへのマニュアル作りを行いました。時間があれば現場に立ち寄り、自分の目で様子を見て必要なフォローを行うということが、お客様からの信頼獲得だけでなく、人材定着にもつながると考えています」と中森支店長。今後も新たなことにどんどん挑戦していくという札幌支店にご期待ください。

支店情報

- グローブシップ株式会社 札幌支店
- 所在地：北海道札幌市中央区北五条西6-2-2 札幌センタービル
  - 管理物件：42件
  - 従業員：160名(パート含む)



札幌支店  
 支店長 中森 毅  
 支店運営ではOJTを最も大事に考えており、支店スタッフとのコミュニケーションに力を入れています。もっとも、そのためには自分の取り組み姿勢を見せる必要があり、緊張の日々です。

グローブシップナウ!

お客様に安心していただける業務を提供  
 2021年度 部支店・優秀出張所表彰式

2022年7月、本社にて「2021年度 部支店・優秀出張所表彰式」を開催しました。今年度は、5つの部支店と53の出張所が表彰されました。その中から、営業二部や駒澤大学出張所など9組がスピーチを行い、受賞に対する思いを語りました。

社長の矢口は、「本表彰された皆さんは、昨年度非常に頑張っていた。日々の業務の中で、新規業務や臨時業務を獲得するためには、出張所長やそこにいる人たちが日頃、どういう意識で仕事をしているのか、どういう姿勢で準備をしているのか、それによって仕事につながりそうな情報を得た時に、積極的にお客様にアプローチをして業務を獲得することができる。少なくとも今日、表彰さ



れた出張所の皆さん、あるいは部門長はただ待っているだけではなく、得た情報から積極的に攻めているのだと思う。そういった積み重ねが業績の拡大につながり、我々のレベルアップにもつながっていく」と講評。

各受賞者は、今後も自らが先頭に立つことで、さらに大きな成果を挙げていこうと、思いを新たにされた表彰式となりました。

営業本部・管理本部合同でBCP訓練を実施  
 首都直下型巨大地震を想定

当社営業本部・管理本部合同のBCP訓練を、2022年10月23日に実施しました。この訓練は昨年も行っており、今回は参加者全員が約10kmを徒歩で自宅から本社、最寄りの支店及び地域子会社に出勤。安全な道順等を確認するとともに、出張所の設備員は



到着と同時に、チェックリスト等に従い被災状況を確認し、責任者や部支店を通じて本社の災害対策本部に報告するという、実際の災害時に行う一連の流れに則って訓練を行いました。

ほかにも当社では、グローブシップ版BCP「大規模災害(地震)発生時の行動指針」「緊急対応マニュアル」などを策定して各出張所に配備し、適宜、確認と訓練を行っております。今後も、グローブシップへは災害への万全な備えを心掛けてまいります。

「2022年度 神奈川大学SDGsアワード」に協賛  
 学生たちのSDGsへの取り組みを応援

神奈川大学では、SDGsへの認知と意識を高めるため、関連した研究・取り組みや、SDGsの課題解決に役立つアイデア等、「学生によるSDGsの取り組み」を表現するポスターを募集するコンクール

「神奈川大学SDGsアワード」を、在学生を対象に開催しています。この度、グローブシップはその趣旨に賛同し、2022年度のアワードにおいて協賛することにいたしました。

編集後記——今号の特集である「第6回お取引先Webセミナー」で三菱リサーチ&コンサルティングの河合一憲氏にお話をいただきました。河合氏のお話で特に印象に残った点は、「DX」は人間がコントロールするものであるということです。そしてその人間の心構えとして、部分最適でなく全体最適、中・長期的な判断、新しいことを生み出そうというマインド、柔軟

性、データを使った見える化、最悪のケースを想定すること、未体験のことにも挑戦……そのような心構えが必要だということをお話いただきました。弊社の「DX」もお客さまの事業発展に貢献できるよう、さらにサービス力を高めていきます。

(管理本部長 佐藤武男)

# 春風亭昇吉の 耳寄ばなし与太ばなし

2

## 些細な仕事をさりげなくこなす 楽屋での働き方

去年、安田講堂真打披露があり、桂文枝師匠、立川志らく師匠、そして師匠である春風亭昇太に口上をやって頂きました。私の落語家人生の夢が叶った瞬間でした。

落語家には、前座・二つ目・真打、という3つの階級があります。前座の修業が4年間、二つ目が10年ぐらいです。

前座の間は、新宿末広亭や浅草演芸ホールといった常設の寄席で、下働きの修業をします。お茶入れ、高座返し、太鼓、着物の着付けや畳み。狭い楽屋でくるくると動き回って、足袋は2～3週間ですぐに穴が開いてしまいます。この前座修行で大切なのは、「気働き」を覚えることです。楽屋の中でアンテナを張って、師匠方が気持ちよく高座を務められるよう気を利かすのです。

茶癖ちやくせと言って、人それぞれ、熱いお茶、ぬるめのお茶、冷たい麦茶、濃い薄いなど、好みが違って、それを覚えます。着物の畳み方も人それぞれです。鼻をおかみになったらすぐにくずかごを差し出し、タバコを吸う師匠にはすぐ灰皿を差し出します。使った灰皿は、すぐ差し替えたほうが良い場合とそうでない場合があります。吸った本数を数えている師匠もいるからです。

こういった仕事も、気を遣っているようにみせないで、さりげなくやるのがいいとされています。ある師匠から、「(相手に) 気を遣わせないのが、気遣いだ」ということを教えられました。

私は会社勤めをしたことがありませんのでよく分かりませんが、コピー取りやお茶くみのような単純作業を嫌がる方がいらっしゃるということを聞きます。前座の中にも、「落語をやるために落語家になったのに、なぜ掃除やお茶くみをしなければならないんだ」と不満を持つ者がいることも事実です。私は、寄席で前座修業をするのは当たり前だと思っていたので、なんとも思いませんでした。むしろ、少しでも美味しいお茶を淹れられるように工夫したり、師匠方のかゆいところに手が届くような楽屋働きをしたりすることは、とてもやりがいがありました。



春風亭昇吉／落語家  
1979年岡山県生まれ。史上初の東大出身落語家。在学中に全日本学生落語選手権・策伝大賞で優勝し、東大で初の総長大賞に輝く。2007年に春風亭昇太師匠に弟子入り。厳しい修業時代を経て、2021年に真打昇進。気象予報士やテレビ番組の司会等、広範に活動を展開している。

