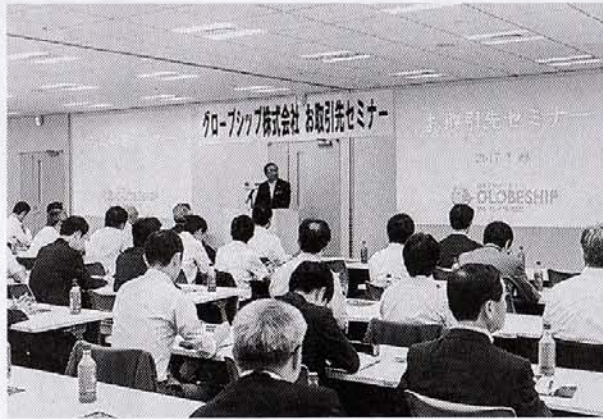


# 「お取引先セミナー」を開催

## コーポレートブランド構築 グローブシップ



ビル代行と日本ビルサービスが経営統合し、グローブシップ株式会社としてスタートして2年あまり。社内プロジェクトチームを立ち上げ、セミナーのよう

### 「ブランド戦略」構築の準備をすすめてきた同社では、今年4月より具体的な取り組みを開始し、顧客に見える形でブランドの骨格を説明する「お取引先セミナー」を企画。7月24日に同社大会議室で100余名の顧客向けベストパートナーとして取り組む姿勢を披露した。セミナーのメインテーマは「これからのファシリティマネジメント戦略とグローブシップのブランド戦略」。

冒頭、あいさつに立った矢口敏和社長は、「グローブシップはお客様へのサービスや品質、技術をより一層向上させるため挑戦を続けているが、この挑戦は単にグローブシップの成長と繁栄だけを目的としたものではない。お客様や社会に対する大きな貢献と役割を果たすことを使命とする強い思いと志を持って業務に邁進していく覚悟である」と熱く語った。

### 効率的な顧客管理を

セミナー第一部は、日本オフィス学会会長で日本ファシリティマネジメント協会理事の松岡利昌氏が「ファシリティマネジメント戦略的アウトソーシング・FMビジネスのこれからをテーマに、世界や日本のFM市場をはじめ、戦略的FMアウトソーシングビジネス、ロボット・AIを活用した施設管理など、世界最先端の動きを解説した。第2部では、同社が昨年IFM(Integrated Facility

Management)、統合施設管理)の世界大手であるフランスのソデクソ社と共同で設立した合弁会社、グローブシップ・ソデクソ・コーポレートサービス(GSS)のストラテジー&マーケティングディレクターのマーク・ヒル氏が登壇。

ヒル氏は、「間接業務をアウトソーシングする動きが活発化する中、マネジメント領域から清掃、設備、警備なども含めた統合的な施設管理(IFM)は、コスト削減と高品質が期待できる」とし、「KPI(重要業績評価指標)の活用で、顧客満足という計測が難しいものを定量化し、成果を出すことが可能」と、効率的な顧客管理やパフォーマンスの高いサービスについて言及した。仏ソデクソ社は世界80ヶ国で施設管理サービス、福利厚生サービス、個人在宅サービスを柱に事業展開しているグローバル企

業。売上高2.5兆円。グローブシップ・ソデクソ・コーポレートサービスは国内の工場や事業所向けに清掃や警備、備品調達など周辺業務を一括受注し、顧客のコスト削減を後押しする。

### 「GS WAY」の徹底

最後に、同社のブランド委員会委員長である神部達郎常務取締役は、FMに取り組む企業のベストパートナーとなるために、全社を挙げてブランド構築に取り組んでいると報告。他社との差別化、オンリーワン企業となるための取り組みのひとつに、社員の行動規範となる16項目の「GS WAYガイドブック」を挙げた。同社ではこのガイドブックを全従業員に配布し、仕事に対する意識や行動改革の徹底を図る。また、「協力パートナー会」を5月に発足させており、あらゆる顧客のニーズに対応していく。

矢口社長(上)と神部委員長

