

チャンスあればチャレンジ! 成功でも失敗でも 経験値を上げて、次の一歩へ。

長く続いた暑さもやわらぎ、心身ともに新しい季節を満喫したいものです。

10月は株式会社三和サービスの決算月。

11月から新たなステージへと向かうタイミングに合わせ、今号は林正和社長のインタビューをお届けします。



●暑さ対策はいろいろな角度から必要ですね。
社長 その通りです。熱中症の重篤化を防止するため、労働安全衛生規則が改正され、今年6月より事業者が熱中症対策が義務化されたことは新聞やテレビのニュースなどで

●それにしても暑い夏でした。しかも長い夏でしたね。
社長 そうですね。昨年以上に酷暑が続いた夏でしたが、従業員が熱中症で倒れて救急車で運ばれたというような事態は今のところなく、安堵しています。
ただ二件、競馬場の仕事を担う従業員が暑さのために気持ち悪くなったという報告がありました。競馬場は馬場の整備のために6〜7月は休みで8月から開催しましたから、暑さに体が慣れていないのにいきなり酷暑のなかで作業をスタートしたためなのでしょう。
暑熱順化(しょねつじゆんか)といいますが、本格的に暑くなる前に私たちの体を暑さに少しずつ慣らして、暑さに強くしていくことも、熱中症から体を守る大切なこととあらためて知りました。

三和グループ社内報[ブライテス]2025 秋号

株式会社三和サービス

三和道路維持株式会社

株式会社エイチ エム エス

サンワ警備保障株式会社

<https://www.group-sanwa.co.jp>

98

知っている人も多いと思います。当社では、各担当者が4〜5月にかけて現場へ出向き、従業員の休憩場所の確保や、エアコンを入れる時間の調整など、施設側にお願ひしてまわりました。

●三和サービスの決算月10月となり節目を迎えました。
社長 10月末で53期も終わり、11月からは54期に入ります。53期を振り返りますと、全体としてはほぼ目標に到達していることから、皆さんのご尽力に心から感謝したいと思います。次の54期の課題としては、新規顧客の獲得が必要、と思っています。新規が入れば仕事に従事する人も増え、それだけに応じた課題や目標が生まれ、会社全体に活気が出て、良い方向に向かっていると考えています。

●お客さまが求めていること、困っていることをキャッチした提案が必要、と社長はよくおっしゃいます。
社長 そうなんです。お客様の細かいところに手が届く、というふうでないとけません。今までなぜ当社が順調だったか?と考えますと、それはお客さまの要望に上手にこたえていったことに理由があります。
ですから、「三和サービスには「こんな機械があります」「こんな人材がいます」と二方向的にアピールするのはまさに「二方向通行」であって、自社のいいことを主張してもお客さまの求めるものとマッチングしなくては意味がありません。
つまり、相手の立場、相手が何を欲しているかを、自分が相手になったつもりで考えて、提案する必要があるということです。

●三和は「人」が商品、ということも常々お話しされていますが...
社長 言い換えれば、最前線に立つ人、現場の人がとても重要ということです。決められた仕事をきちんとする、ミスがないのは当たり前ですが、それに加えて、気遣いができるともつとお客さまに喜ばれます。発言や行動をするときもちゃんと考えてからすること。こういう行動や発言をしたら、その結果、相手が喜ぶのか?困るのか?と考えてみて欲しい。良い結果につながるように一人ひとりが、いろいろと考えないといけないですね。
ちなみに人間の脳細胞は考えるのをやめたとたんダメ

になるらしいですよ。つねに考えて、発言や行動をして、「三和ついで会社だね」とお客さまや利用者さまに思ってもらえるのが理想です。

●創業50年を超え、さらに75年、100年と継続する企業でありたいと思えますが、近未来といえますか、たとえば10年後はどんな企業、どんなグループでありたいとお考えでしょうか。
社長 現在、三和グループは三和サービスが柱になっていますが、グループそれぞれの会社がそれぞれ単体になっても生きていける、それぞれの会社がきちんとした柱になっていくことが求められるべき姿だと思います。

●では、もっと近未来の5年後はどんな企業に?
社長 5年後というのを確かにそれほど遠くない未来ですね。ここでもちよと5年前を思い出してみようか。コロナの感染者が国内で初めて確認されたのが2020年1月でした。同年3月には東京五輪が1年程度延期と決まり、4月には緊急事態宣言が全国に。10月には観光業への支援策「Go To Travel」や飲食店を支援する「Go To Eat」が始まったものの、ほどなくコロナに変異種が見つかり、さらなるコロナ禍の日々となりました。
つまり5年という月日はいつの間にか経ってしまい、振り返れば、日々追われているのが実情です。しかしコロナ禍にあつて学んだのは、我々には適応力があるということです。チャンスさえあれば良い方向に向かおうとチャレンジを続けてきたのも事実です。

●チャンス逃さずチャレンジする!ということですね。
社長 チャレンジして、たとえ残念ながら失敗したとしても経験値が上がります。失敗・成功という経験ができるとプラス思考でいきましょう。
日々行っていることに無駄はありません。一方で、面倒だからと手を抜くと良くない結果につながることも忘れてはいけません。相手に喜んでもらえることを大切に、従業員の皆さんが三和ブランドを背負っていることを自覚して仕事をしたいと願っています。



『売れない水を売るには?』 ～営業とマーケティング、そして全員が持つべき視点～

●三和サービス 林正和社長 訓話



SANWA REPORT
全社員会議
令和7年8月7日(木)開催

三和サービス・林社長の訓話をダイジェストでお届けします。どうしたら顧客や利用者に喜んでもらえるのか?相手が本当に求めているものは何?と考え続けること!社員一人ひとりが持ち続

皆さんは、ペットボトルの水が2000円で売れると思いますか?普通なら不可能ですね。砂漠の真ん中なら売れるかもしれませんが、日常では難しい。しかし、とある寸劇では、クラッカーで喉を乾かせることで、喉がカラカラになった相手に水(無料の水)を2000円で販売することに成功しました。

この話は、単に商品の良さを伝えるだけでは売れない現実と、「売れる仕組み」や「環境作り」の重要性を示しています。

■営業とマーケティングの違い

営業(セールス)	
役割	顧客と直接対話して、商品の魅力(例:水が美味しい、健康的、安全、安い)を伝え、販売すること。
焦点	商品の良さそのもの、個々の顧客へのアプローチ。

マーケティング	
役割	市場を調査し、顧客が「欲しい」と思う気持ちを作り出したり、商品が「売れる仕組み」や「環境」を整えたりすること。(例:喉を乾かした状態を作る。)
焦点	市場全体、顧客のニーズを作り出す戦略。

■共通の目的

最終的には、どちらも「商品売る(契約する)」ことが目的です。

■「目線を変える」ことの重要性

話の中で「視点」「観点」「目線」という言葉が出てきましたが、ここでは特に「顧客目線」が重要です。営業において顧客目線とは、以下の点を意識することです。

- 1.顧客の課題を深く理解する**
顧客が何に困っているのか、何を求めているのかを深く理解しないと、適切な提案はできません。
- 2.一方的でないコミュニケーション**
自社の商品説明ばかりするのではなく、顧客の話に耳を傾け、心に響く言葉で対話することが重要です。
- 3.俯瞰力(全体像を見る力)**
顧客の抱える問題、自社の商品・サービス、競合他社の状況など、全体像を見て最適な提案をすることが必要です。
- 4.複数の視点で考える**
顧客の視点→顧客にとって本当に価値があるか? 競合の視点→他社はどのようなサービスを提供しているか? 自社の視点→自社の強みは何か?

これらの視点を組み合わせ、顧客に響く提案をしましょう。

■営業を成功させるための具体的なポイント

- 顧客ニーズの深掘り
顧客が商品を購入する理由や、購入後に期待することなどを丁寧に聞き出し、真のニーズを把握しましょう。
- 競合他社の動向把握
自社の商品説明ばかりするのではなく、顧客の話に耳を傾け、心に響く言葉で対話することが重要です。

□自社の強みを明確に伝える
顧客にとって価値のある、本当に必要なものとして自社の強みを明確に伝え、興味を持ってもらいましょう。単に「安くします」だけでは仕事は取れません。

□信頼関係の構築
顧客の状況に寄り添い、誠実に対応することで、深い信頼関係を築くことが継続的な仕事につながります。

■「三和」のブランドを背負うすべての社員へ

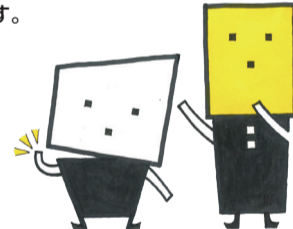
以上の話は、営業担当者だけに限ったことではありません。

私たち「三和」の社員は、清掃、設備、警備、電話対応など、どんな業務であっても「三和」の看板を背負っています。

- 常に「利用者(顧客)が喜ぶにはどうすればいいか」を考える
 - ・現場の利用者、電話の相手など、接する全ての人に対して、どのようなサービスを提供すれば喜んでもらえるかを常に考えましょう。
 - ・良い印象を与える対応を心がけましょう。

- 良い結果につながる行動と発言を
 - ・あなたの行動や発言は、必ず何らかの結果(反応)を生みます。
 - ・「三和」のイメージやブランド力を高めるため、常に良い結果に繋がるような行動・発言を意識して日々の業務に取り組みましょう。

一人ひとりの意識と行動が、「三和は良い会社だね」というブランドイメージを作り上げ、結果的に会社の成果につながります。



サンワのWw!

作/三宅よしこ No.27



●2025年 最優秀作品賞 ●


労働安全衛生標語

危ないぞ
言える勇氣と聞く心
みんなで作ろう
ゼロ災職場

サンワ道中 膝栗毛

大野町 総合町民センター

今号は「大野町総合町民センター」の訪問記後編です。担当部署ごとに涌泉美草さんが取材をしてくださいました。それぞれの心構えや努力が三和ブランドを生み出しているようですね。



前子より 湧泉 美草

防災センターに足を運んで奥の扉を開くと、五十年の歴史が感じられる。清掃を担うとして居る、形原さんは心持よく来館して下さる様に衛生面でも細心の心配りと文化発信地に相応した清掃の心掛けていられるとのこと、又事務局では所定の皆さんに最初に接する顔であり、企画の第一歩であることと自覚し自主事業の企画計画して居られるとのこと、話を聞いて奥の扉を開いた。扉を併せて居る図書館運営の中心に立つて仕事を従事していられる、天羽さん、地味で文化発信基地として、前面に出ることもなく、しかし大野町は文化都市と目指す大野町の文化の底辺を支える前子に出ることもなく仕事に情熱を注いで居られる様子を感づかれました。

終りに当りセンターの皆さんの御働中が御礼して結びと致します。

◆◆◆ 編集室から ◆◆◆

今回の社内報いかがでしたか?今の時代は何かが必要なのでしょう?私は笑顔だと思います。皆様が笑顔で過ごすことです。社内報を作成している広報委員会はコストコフェアなどの企画も参加しています。物価高な今日この頃、コストコを知らない方にもコストコを知ってもらい社内販売でお得に買い物していただけるようにコストコを広げていきます。「こんなものがある」といなど皆様の声を聞かせてください。広報委員会ではこれから更にいろいろ企画をしま

三和グループ社内報 2025年 秋号(令和7年10月25日発行)
発行所 株式会社三和サービス
本社/〒500-8286 岐阜市西鶯1丁目52番地
電話/058-273-5653(代)
Brightness

社内報への投稿を募集しています!

どんな内容でも結構です。みなさんの投稿で社内報を盛り上げましょう!
投稿希望の方は「投稿フォーム」またはお電話にてご



社内報投稿フォーム
本社「広報委員会」:TEL 058-273-5653(代)