トップと社員の絆を深めるツール。それがブログです

▶Profile
しみず　えいじ　1967年福井県生まれ。福井県立科学技術高校を卒業後、87年、父の創業した三和メッキ工業に入社。IT活用で個人向けめっき加工事業を開拓。2005年エミダスホームページ大賞グランプリを受賞。同年、FM福井『全開！　福井あばさけビジネス道』に参画・出演。経営者4名の本音トークで好評放送中（毎週火曜17時～）。年商4億5000万円、従業員数32名、本社・福井県福井市。http://www.sanwa-p.co.jp/

三和メッキ工業㈱
専務 清水 栄次 氏

「必殺めっき職人日記」というタイトルでブログを書き始めて三年経ちましたけど、あまり考えて書いてはいません（笑）。気の向くままに書いています。

当初は、めっきについて書かなくてはいけないという力みがありました。でも、知らない人にコメントを頂いたりしてコミュニケーションが広がっていくうちに「これは俺のフィールド。好きに書けばいい」と思うようになって、家族や自分の思考、日々の出来事を中心に書くようになりました。

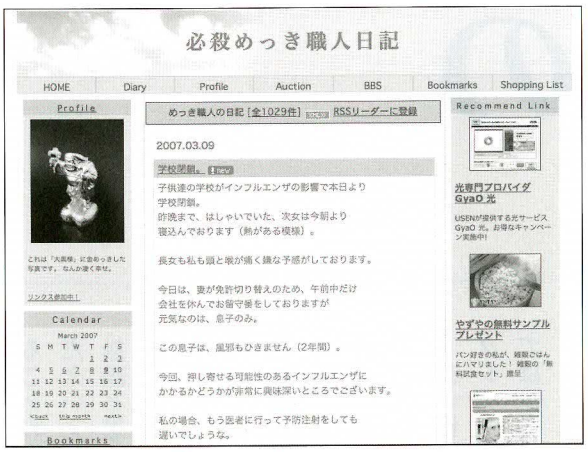
去年から「経営者会報ブログ」でも書き始めています。こちらは基本的にビジネスに関することだけ。自分の発想を整理するような感覚で書いています。純然たる仕事という位置づけですね。

♪ブログで互いの気持ちが伝わる

もともとIT活用には力を入れてきました。サイトを介した個人向けのめっき加工事業が軌道に乗って、今では販路も全国に広がっています。ブログにも力を入れてきて、私のほか、五名の社員がブログを書いています。

彼らには、初めのうちは営業マン的な感覚で書いてもらっていましたが、なかなか続かないので好きに書いていいことにしました。めっきの情報に関しては「めっき職人現場生中継」と題して交代で書いています。加工品をお送りするときは担当者の名前と顔写真にコメントを付け、ブログを書いている社員ならURLも併記する。ブログで担当者のキャラクターが伝わりますので、お客様は親近感を抱いてくださるようです。

一方で、全く違ったメリットも実感しています。たとえば私は社員へのメッセージとして、社外の人が読んでも意味がわからない記事を書くことがあります。でも社員が読むとわかる。社員のブログも大切にしていて、頻繁に目を通します。辛そうな雰囲気を感じたら出先でも携帯で連絡を入れる。逆に楽しそうな気持ちも伝わってくる。社員の感情をキャッチできるんです。



『必殺めっき職人日記』　http://plaza.rakuten.co.jp/sanwa/

たぶん経営者なら誰でもブログは書ける。書けない人は、たとえば猫が目の前を横切ったときに「あ、猫だ」で済ませてしまう人。「オスかな、飼い猫かな、毛並みがいいな……」と思える人なら書ける。「ネタがない」と言う人は目の前にあるのに見ていないし、感じていないんです。私の場合、ブログを書くことで、そうした感覚も養われてきたように思います。

経営者は自社を客観的に見るべきですし、社内のどんな変化も見落せません。中小企業ならなおのこと、社員が悩んでいないか顔色で気づいて、一声掛けてあげるべきだと思うんです。私はそんな経営者でありたい。ブログを書くのも社員のブログに目を通すのも、そういう自分でいるために、大いに役立っていると思います。◆