

新年、明けましておめでとうございます。

平成が終わりを迎え、令和となりましたが、本年度も何卒宜しくお願い申し上げます。

さて、新年一号目のオープントークスは恒例の弊社代表 田中より挨拶を兼ねましたインタビュー記事となります。  
インタビュアーは私、湾岸センター広報リーダー小嶋がお送りいたします。

**広報委員 小嶋 (以下:広):** まずは昨年を振り返ってみていかがでしたか?

田中: なんだかあっという間でしたね。改めて振り返ると色々あったなあ...と。ただ、とても良い一年だったなという印象です。その中でも以前より推し進めているカイゼン活動に関しては二年目にして色々新しい動きが出はじめて、徐々に結果にも繋がってきているように感じました。

**広:** カイゼンの結果を感じるのには全社的にという意味でしょうか?

田中: そうですね。担当ごとに若干の差はありますが、一般的に社員が現場に入り日々の実務をまわすことが、OTSの現場で普段行われている事ではあると思いますが、現場の実業務に社員が付きっきりになってしまうとカイゼンはなかなか進みづらいと考えています。やはり現場に入り込んでしまうと実業務に追われて、それ以外の事に手が付けられなくなってしまうものですから。

そこで担当社員でなければ実務が回らないという状況を、一定の知識があれば誰でも業務を進めることができるように変えていければ思いました。

社員一人ひとりの実務に費やす時間を減らすことができれば、その分現場全体を俯瞰して見ることができ、初めてカイゼンというものを考える時間や余裕が作れるのかなと考えています。

こういった動きができていく部署はまだ多くはないですが、そういった環境に徐々になるような動きが見え始めてきた一年だったと思います。

**広:** 2020年に関してはどうでしょう?

田中: 今年も引き続きカイゼンを柱に進んでいきたいと思っています。カイゼンを推進し、実務に縛られない余裕を各社員・各部署に作ることで、有給消化率のアップや、部署やセンターの異動といった、これまで会社としてあまり取り組むことのできなかつた、新しいことへのチャレンジに繋がればよいと考えています。

**広:** 昨年10月のOTS事業計画発表会で、新たな取り組みとしてSDG's (持続可能な開発目標)のお話を頂きましたが、SDG'sに注目されたきっかけなどがあったのでしょうか?

田中: 会社案内やHPの制作でお世話になっている株式会社マルワ様の委員会発表会に呼んでいただいたことがきっかけになります。その発表会には審査員としても参加させていただき、2年ほど前の発表会でSDG'sの取り組みを聞いたのが初めてでした。当時は「えすでーじーず? なんじゃそれ??」という印象でした。(笑)

その後説明を受けて、国連で掲げられているテーマであることや、日本でも徐々にマスコミが取り上げているということを知りました。

ちょうどOTSでは社内で委員会活動に対する賛否の声が上がっている時期でもあって、「日々の業務に必死で取り組んでいる中でそれ以外の活動が何故必要なのか?」という声に対する一つの指標になるのがこのSDG's (持続可能な開発目標)だと感じたのを覚えています。

少し大きな話しになりますが、枯渇していく地球資源や、環境破壊問題について事業活動を行う者として、これからの未来をどう考えていくべきか?ということになりますが、そんな地球規模の問題の中で現実に

自分たちができる取り組んでなんだろう?と考えた時に、OTSではこれまで続けてきた委員会活動に取り入れることが出来るのではと思いました。

昨年についてはSDG's取組元年ということもあり、これまで自分たちが行ってきた活動をSDG'sの枠に当てはめるとどうなるかという問題提起をただけですが、今年はいっ歩先に進んで、委員会の活動内容に対して会社として個人としてSDG'sのエッセンスをプラスしていければと思っています。

**広:** 最後の質問ですが、今期はマーケティング部中心に、社外報という形だけでなく様々な方法で広報活動をおこなうと聞いていますが、社長やOTSが考える広報活動とはどういったものなのでしょうか? また、そういった活動の中で、私たち【広報委員会】に期待するものはなんですか?

田中: 何年前かに「営業部」という名前を「マーケティング部」に変えました。マーケティングというのは営業活動だけでなく、一つの会社の根幹にあるような活動・価値観だと考えています。その中には会社の情報を発信する機能も当然含まれていて、それが例えばOpenTalkSの発行で、それに紐づける形でマーケティング部が広報委員会を立ち上げ現在に至っています。OTSのビジネスは、ファッション専門の倉庫業で、主にBtoBが中心のため、ある程度情報を発信するターゲットは絞られていて、広報活動はそこまで広範囲である必要はありませんでした。

しかしここ数年、新たな問題として「採用」をより重視しなければいけない社会情勢となってきました。働く人が減っていったる今の時代で様々な企業が人材の確保に必死になっている中、OTSが求職者の方の選択肢の一つに上がるのかどうかというのはとても重要なこととなります。

もちろん選んでいただいたうえで、OTSとして選んでいただいた方を見て採用していくのですが、これまでのように会社側が働く人を上の立場から選ぶ時代から、お互いに選ぶ時代へと変わりました。その時に選択肢に上がる会社になれるかどうかを大きく左右するのは広報活動だと思います。

そこで考えることは「知ってもらえなければどんなにいい事をやっても、存在しないのと一緒」ということです。求職者が企業の様々な情報を欲する中で、その情報を色んな形で発信し、認知してもらい、良い採用に繋がれば良いという思いで、広報活動をおこなっています。今後の広報委員会の活動についてはOpenTalkS!だけではなく、時代に合わせてSNSやマスメディアへの情報発信にチャレンジしてもらい、マーケティング部とは違ったユニークな切り口の広報活動を担ってもらいたいと期待しています!

**広:** 2020年もOTSの様々な活動を皆様にお伝えしていきたいとおもいます!  
今年も一年よろしくお願いいたします。(小嶋)

