

なぜ過去の受賞企業が繁栄し続けるのか

掃除大賞で受賞した企業はなぜ、その後も増収増益し続け、繁栄するのか？ そこには14の共通する秘訣があります。

掃除大賞は単なる賞取りレースではありません。一人の勝者が生まれ、残りの人は敗者になるような大会ではありません。

参加した全員が、気づき、学び、成長するのが掃除大賞です。

参加企業は一年を通じて「なぜ掃除をするのか」「自分の会社はどこを目指すのか」「自社の強みは何だろう？」

「自分はどんなリーダーシップを発揮すべきなのか」などを考え続けます。するとこの14の秘訣が手に入ります。

そして掃除大賞は1年間かけて取り組んできたことを発表し、この一年の成長、進化を体感する場となります。

このパンフレットを読んだ方なら誰もが参加資格があります。一緒に学び、成長していきましょう。

掃除大賞は見るだけでも大きな効果がありますが、参加することで比較にならないほどの成長と進化があります。

人が育ち、業績が上がり、繁栄する企業がつくられていきます。

3

社長の信念

社長の志が高く、「まあいいや、これくらいいいや」がありません。常に「これがいい」という一点に向かって集中しています。社長の湧き出る感性、興奮、想いがあるかどうか。掃除大賞で登壇する企業の経営者は全員がほとばしる情熱の経営者でした。

4

無上位

常に現状に満足しません。常に「もっと～するには？」と考え続け、改善し続けます。これ以上、上がらないという無上位を社員と共に考え続ける文化があります。

5

全員参加

環境整備は新入社員の仕事だから、パートの仕事だから、などということはありません。経営者から新入社員、派遣社員、パートまでみんなで取り組みます。みんなで会社のありたい姿に近づくために、全員参加で取り組んでいます。

6

継続力

一度決めたことはやり続けます。一朝一夕で手に入れたことはすぐに失われることをわかっています。継続する意思も仕組みもあります。

7

自発性

やらされている環境整備ではありません。仕方なく取り組む環境整備ではありません。環境整備に自発的に取り組むということは、自発的に物事に取り組む社風があるということです。

8

イノベーター

登壇企業は皆、何かに挑戦しています。業界の慣習、当たり前を打破しようと挑んでいます。横並びでただ、前例を踏襲したり、他社の真似をするだけではありません。常にイノベーターたろう、いう強い意志とワクワクがあります。

9

ピンチを克服

登壇企業は全社、ピンチを味わっています。でもそのピンチで深い気づき、大きな学びをしました。ピンチを体験したおかげで飛躍することができた企業ばかりです。ピンチで減ぶか、ピンチで飛躍するか。それは人の心の選択次第です。

10

シンボル

会社の中にシンボルがあります。その会社の「らしさ」「こだわり」を体現するシンボルがあります。シンボルがない会社というのは、こだわりの想いが弱い会社だということです。登壇企業は全社、シンボルや圧倒的エピソードがありました。

11

具体性

実体験をもとにした具体的な実践があります。机上の空論で物事を語りません。教科書に書いてあるようなことは頭ではみんなわかっています。知っていることと実際にやることでは雲泥の差があります。登壇企業には具体的な成功例、失敗例の話が沢山あります。

12

この1年での進化

「大事なことはこの1年の進化である」と毎年、思っています。2年前、3年前の成功例をいつまでも話していません。毎年、新しい成功体験、失敗体験をたくさん報告してくれます。

13

社会貢献

自分のことだけ、自社のことだけを考えているわけではありません。社会のために我々ができることは何があるだろうか、と常に自問自答し、行動しています。

14

人間学

真剣、感謝、努力、謙虚、誠実、愛情、など人間学を学び、人間的成長を大切にしようという社風があります。ただ「儲けるだけ」「どうやって数字を上げるか」を考えるだけでなく、好調時にも不調時にも、強い人間力を育成しています。