

2026 年 7 月 22 日 島根電工株式会社様をベンチマーク

今回は、島根県松江市に本社を構える島根電工株式会社様をベンチマークしました。今回お伺いしたのは、今年 6 月にオープンしたばかりの当社の研修センター「みらい共創-自鳴(じめい)-ラボ」です。真新しい建屋で、野津廣一社長様から経営の取り組みの話を伺い、施設見学、社員の方との交流をさせていただきました。(当社ホームページ HP <https://www.sdgr.co.jp/index.html>)

当社は、2017 年「地域未来牽引企業」選定、2017 年「日本サービス大賞 地方創生大臣賞」受賞、2021 年「第7回 日本でいちばん大切にしたい会社大賞 中小企業庁長官賞」受賞など、各種の顕彰事業において受賞・認定されており、社会から高く評価されている企業です。

【事業の概要】

当社の創業は 1956 年で、今年(2026 年)70 周年をむかえます。もともと、船舶の電気設備工事会社の関連会社として当社が創業されたそうです。

現在の事業は、電気設備工事、給排水・空調設備工事、情報通信設備工事、防犯消防設備工事などを行っています(グループ会社で手掛ける事業も含む)。最近では、フランチャイズ事業、カーボンニュートラル事業なども行っています

・社員数:432(グループ総数 661)名(パート・嘱託含む)^{※1}

・売上高:197 億円(2025 年実績)^{※2}

※1:2026 年 7 月現在の当社ホームページより。

※2:「マイナビ2028」より(<https://job.mynavi.jp/28/pc/search/corp259364/outline.html>)。

<研修施設 みらい共創-自鳴-ラボの外観>(当社 HP より)



【住まいのおたすけ隊】

「住まいのおたすけ隊」。島根県民でこの言葉を知らない人はいない、と言っても良いくらい認知度が高い言葉です。「住まいのおたすけ隊」のテレビCMが、いつも流れています。

「住まいのおたすけ隊」は、当社の一般家庭・消費者(個人)向けの電気工事等サービスの名称です。例えば照明器具が暗い」、「コンセントが足りない」、「水道の蛇口から水が漏れる」、「換気扇が汚れている」など、住まいのちょっとした困りごとを解決するサービスです。

元々、当社の工事は、公共施設などの工事がほとんどでした。1件あたりの受注金額も数百万円、数千万円、数億円だったと思います。これらに比べ、一般家庭・消費者向け工事は、数千円、数万円がほとんどです。

公共施設などの大口工事が主の当社が、なぜ一般家庭・消費者向けの小口工事を開始したのでしょうか？1990年以降、売上の多くを占める公共工事が大幅に削減され、当社の業況は一変しました。当時の社長A氏は、社長就任前から、設備工事業界では非常識だった個人の住まいの困り事の解決という社会的課題の解決に応じることが生き残り策になると考えました。

しかし、大口工事にプライドを持つ社内の危機意識は薄く、細々とした民間の業務には反発が強かったと言います。しかし、A氏は、2001年に住まいのおたすけ隊を創り、工事ごとに内容と収支がわかるデータ取り続けました。データの分析結果を見ると、小口工事であっても十分な収益が獲得できることがわかってきました。2006年に、先の住まいのおたすけ隊CMを公開した。今では当社の売上のうち、約4割が住まいのおたすけ隊関連のものです。

また、見積書や請求書を現地で作成できる携帯情報処理端末「サットくん」を開発し、社員の生産性が一挙に高まりました。従来は、顧客の要望が変わる度に、会社で見積書を作成、顧客に提示、内容の説明が必要でした。しかし「サットくん」があれば、客先で見積もりが可能です。その場で説明することで、受注率が高まりました。

住まいのおたすけ隊を始めて以降、顧客と直接接する機会が多くなり、顧客の反応がダイレクトに社員に伝わり、さらに、住まいの困り事を即解決することで、顧客から大いに喜ばれ、感謝されるようになりました。これが、社員の働きがいを増大させ、いつしか、小口仕事をバカにする社員はいなくなったそうです。

『社員が自律的に行う仕事は顧客から感謝される。その結果、社員がますます頑張っている仕事をする』。この好循環により、山陰地域ナンバーワンに設備工事会社になりました。

住まいのおたすけ隊は、顧客層の多角化によって当社の売上を支えました。さらに、当社が『設備工事業からサービス業へ』転換するキッカケになりました。そのうえ、住まいのおたすけ隊が、社員意識の改革を進めたのです。

この取り組みは、ある意味では業界の常識で、誰もが転換の必要性は理解しています。でも多くの会社はできません。数千万円の工事をする者からみれば、数万円の工事がバカらしく見える意識から脱却できません。そこで当社は、自社の取り組みノウハウを公開し、フランチャイズ加盟の同業他社に公開しています。

A氏は書籍の中で、フランチャイズ加盟店に対し、『当社のハウツーを真似てもダメ。(当社のように)社員

を大切にし、顧客に感動をもたらすサービス業になることが成功には不可欠である』趣旨のことを語っています。

住まいのおたすけ隊の取り組みが評価され、2017 年「日本サービス大賞 地方創生大臣賞」を受賞しています。 https://service-award.jp/result_case02/creation03.html#ttllink

【研修施設～みらい共創-自鳴(じめい)-ラボ】



＜みらい共創-自鳴-ラボの中にある
木造住宅のモックアップ模型＞

2026 年 6 月研修センター『みらい共創-自鳴(じめい)-ラボ』※がオープンしました。同ラボは、約 2,600 平方メートルの敷地に作られた 2 階建ての施設です。ラボ内に、工事現場を再現した西日本最大級の建物模型があり、施工から現場管理まで一連の作業が体験できるようになっています。建物模型は、RC 構造、木造、鉄骨構造があり、様々なタイプの現場が体験できるように工夫しています(左の写真参照)。

※「自鳴(じめい)」については、後で述べます。

この施設は、自社の社員だけでなく、協力会社のスタッフや学生なども受け入れ、高度な技能を身に着けた人材を育成する場として活用することになっています。

また、今年 7 月に厚労省の『建設業若年者理解・定着促進事業』の一環として、地元工業高校の生徒が同施設で体験授業を受けました。このように、地域貢献、外部とのつながりを創るキッカケにもなっています。

【自鳴(じめい)】

今回伺った研修センターの名前が、『みらい共創-自鳴(じめい)-ラボ』。凝った名前ですね。『共創』は、『ともにつくる。異質なものが集まって対話し互いに刺激し合うことで、新しいものが生まれる』。そんなイメージでしょうか？最近よく聞く単語です。

しかし、『自鳴』については初めて聞いた単語でした。原典は漢詩『花の間 鳥 自ら鳴く』だそうで、「美しい花が咲いているところには鳥が自然と飛んできて、さえぎり合う」という意味だそうです。「自ら鳴く、すなわち、主体的に考えて行動することで成長できる」という意味が込められているのかもしれません。

当社ではこの言葉(自鳴)を大切にしているようで、社内報の名称が「Jimei(じめい)」、社員寮も「自鳴寮」だそうです。今回の研修センターの名称にも「自鳴」の言葉が入っています。

【人材育成投資】

当社は、自社を『「人間力」を高める人材育成企業』と捉えています。それは、研修等制度が充実していること、社員教育に年間 1 億 2 千万円の投資をしていること等からも納得できます。

当社では、「人間力」を「自己管理能力」と「人間的魅力」の 2 つとして、捉えています。

「自己管理能力」は、計画的に仕事を遂行できる能力、物事をロジカルに考える力、トラブルが起きても動じな

い精神力など、「仕事をする上で必要な能力」。「人間的魅力」は、人を惹きつける力、共感力、対人関係力などを指しています。

具体的な教育制度は、

- ・新入社員は、入社後 3 年間で 10 回(のべ 45 日)の集合研修を受講
- ・BB(ビッグブラザー)・BS(ビッグシスター)制度・・・専属の先輩社員(BB,BS)による指導・フォロー
- ・職種毎の職能別研修
- ・役職に応じた階層別研修 などがあります。

＜技能コンクール優秀者のネーム
プレートを掲げて顕彰＞

また、当社では「技能コンクール」を重視しています。
技術レベルの向上を目指すために社内技能コンクールを開催し、技術力を高めています。社内コンクールの上位者は、県や全国レベルの技能コンクールでも好成績を納めています。



さらに、5～10 年後に島根電工グループのけん引役となる人財を育てる「次世代経営幹部育成プログラム」が今年1月から始まっています。『次世代経営幹部育成プログラム』は、35 歳～45 歳を対象にした「ネクストボード」と、35 歳未満を対象とした「ジュニアボード」に分かれます。

前者は、先の経営層登用を見据え、GX(グリーントランスフォーメーション)への挑戦や採用戦略の刷新など、具体的な経営課題に対し、チームで解決策を立案・実行する「タフアサイン」に挑みます。

後者はリーダー候補として、幅広い視点を養うための「経験」を積むフェーズです。経営層との同行体験や社内留学、多様な働き方の学習などを通じ、自らの意思でアクションを起こせる土台を築きます。

本プログラムは、会社からの指名ではなく、「自ら未来を切り拓く意思」を重視した「立候補制」を採用しています。今年度は、グループ 4 社から計 43 名の社員が、約 1 年間にわたる研鑽に挑みます。

「立候補制」にしているところが、「自鳴」と感じます。野津社長は、「このプログラムを受講していない社員が上に立っても、周りの社員が納得しないではないか？」とおっしゃっていました。この言葉を聞いて、『各人の感覚によるリーダーシップではなく、「当社の考えるリーダーシップ」を理解してもらい、理解した社員のみが、当社で上に立つ者(役職者になる)になる』とのメッセージを感じました。

ところで、社内報の名称が「Jimei(じめい)」であることは、先に述べました。当社の社内報が初めて発行されたのが 1969 年だそうです。その時の名称は、「教育情報」(現在の名称の前の名称)だそうです。「教育情報」のいわれは不明ですが、「教育」の言葉から、「社内報を人材育成の一環としよう」との命名者の意図を感じます。創業早々から、人材育成に熱心な会社であったことが推測されます。

【家族懇談会・家族ぐるみ運動会】

「人を大切にする経営」実践企業の多くでは、社員はもちろん、社員の家族も大切にし、家族も会社のファ

ンになってもらう仕組みを多く持っています。当社にも、そのような仕組みがあります。代表的な「家族懇談会」と「家族ぐるみ運動会」について紹介します。

●家族懇談会

当社には「家族懇談会」という制度があります。1962年に第1回「父兄会」を開いて以来、毎年行う会です。入社3年目までの独身社員の家族を集め、会社の実情や方針を説明し、家族と一緒に若手社員を育てようという会です。家族が会社のファンになってもらうことで、離職防止にもなっています。

もし、離職率が高いことに悩む経営者がいらっしゃったら、一度、家族の方を含めた懇親会を検討されてはどうでしょうか？

●家族ぐるみ運動会

文字通り、社員だけでなく家族も含めた運動会を毎年開催しています(コロナ禍の時期を除く)。しかも外部委託一切なしで、社員の手作りによる運動会です。この「自分たちで作り上げる」姿勢は、事業所や部署の垣根を越えた連帯感を生む源泉となっており、独自の文化になっています。

ほかにも、事業所ごとに若手社員が企画するイベントや社員旅行が開催されています。

【まとめ】

レポートの最後に、印象深い社員さんの言葉・話をご紹介します。

社員の皆さんとの話の中で、ある社員の方が「今度、野津社長とデイキャンプに行きます」とおっしゃっていました。社員数400名以上の会社で、社長と気軽に(?)キャンプに行ける会社は多くないのではないのでしょうか？これは、当社の風通しが良いあらわれです。

何故そんなことが可能なのか？いろいろな要素がある中の一つとして、「タウンホールミーティング※」が思い当たりました。野津社長は、定期的に各地の支店・営業所などをまわり、そこの社員とお話をする機会を設けています(タウンホールミーティングの開催)。タウンホールミーティングの開催などの日頃の取り組みが風通しの良さを作っていると感じました。

※タウンホールミーティング・・・経営層と社員の対話を目的とした集まりのこと。経営層から企業のビジョンや戦略を伝えるとともに、従業員の意見を吸い上げることで、相互理解や組織の一体感の強化、エンゲージメント向上などを目指す。

(終わり)