

## 9 田代珈琲株式会社

「日本一の人育て会社による社会変革」を企業ビジョンとし、社長・社員が一体となって「共育経営」を推進する企業です。

### 企業紹介

田代珈琲は、際立った風味特性を持つ「スペシャルティコーヒー」を中心に、直接海外の産地で買いつけた豆を、鮮度を保つ焙煎・配送システムを駆使して、全国のお客様に届けています。「品質と鮮度に絶対の自信」を持っています。

インターネット販売 (<http://www.tashirocffee.com/>) を中心に、店舗小売りや卸売も行います。「お客様が飲んで下さった後で感動する」珈琲の提案を心がけています。

「社員共育」を柱として、常に新しいコーヒー文化を発信しつづけ、地域の情報発信の核となる「地域ステーション」を展開する事を通じた、社会変革をめざしています。

### プロフィール

事業内容：コーヒーの製造・販売・企画等 所在地：大阪府東大阪市

従業員数：16人（男性2人、女性14人、非正規8人） 平均年齢：28歳（2012. 12. 31現在）

## キャリア支援の取組

### わが社の理念・方針

経営理念 **「私たちはすべての持続可能性を追求します」**

当社の経営理念は、「私たちはすべての持続可能性を追求します」です。「すべての持続可能性」には、社員・取引先・お客様・地域・産地が含まれています。中でも「社員との持続可能性」を第一に掲げています。

ある時、10年も苦勞をともにしたベテラン社員が退職しました。大変なショックであるとともに、その原因を考え続けました。そこで思い至ったのが「社員が辞めない会社にならないと、経営をしていく意味はない。」ということでした。それ以来、顧客満足の源泉である社員が、働き続けたいと思う会社にし、社員が自己の成長を喜び、働き甲斐を感じ続けられる事を、常に経営の柱に据えて事業を行って来ました。

また、今後の日本の持続可能性を考えると、地域ごとの生活や消費の質を高めることがとても重要と考えます。「カフェ」を核とした「地域ステーション」を展開し、地域の情報文化の発信や安らぎを感じる場所を提供し、「地域の絆をふたたび結び合う場づくり」を行いたい。その事を通じて、少子高齢化社会を迎える日本の社会変革の一翼を担いたいと思っています。同時に、その「地域ステーション」は、「社員が社員を育てる場所」でもあり続けたいと考えています。

## あきらめない完熟教育

(コーヒー豆のように、一人ひとりの完熟を目指しています)

社員の成長をただ待つだけではダメだと考えています。成長してほしいと思う本気の心と、それを支える仕組みが必要です。社員一人一人は、興味や適性が様々です。

価値観の共有を前提として、社員一人一人が、「自らが真に目指す将来像」に近づく事を意味する各社員の「完熟」を、会社と社員全員で目指しています。

### 1 経営指針合宿

経営理念・企業ビジョンと、社員一人ひとりのキャリアビジョンを擦り合わせるための場として、年1回、1泊2日の19時間にもおよぶ合宿を行っています。経営者の想い、経営状況(経理データ等)、企業方針、各セクションリーダーのセクション方針、社員一人ひとりの将来ビジョン、社員共育のあり方などを、各自で発表しあい、徹底的に議論して、「社員一人ひとりのキャリアビジョンが含まれた企業ビジョン」を全社員で共有する事を目指しています。

「企業ビジョンの共有」により、各社員が自立・自律して、日々の業務に取り組もうとする姿勢も育まれています。

### 2 成長シート

「成長シート」とは、社員の成長を目的として、育成項目を詳細に定めた「成長評価基準」です。

「成長評価基準」は、企業ビジョンの実現に沿う内容となっていて、各社員に期待する期待成果や、そのために行うべき重要業務、それらを支える知識・技術や、企業風土の根幹をなす勤務態度などを内容としています。これらの内容は、「企業ビジョン」とともに、「社内の優秀な社員」の業務内容などを基に作成しているため、他の社員も具体的にイメージが持ちやすく、業績向上に直結する内容となっています。また、「優れたやり方を他の社員に教える事」を最も高く評価する項目があり、「教え合い学びあう社風」を形作っています。

「成長シート」を使って、3か月や半年、1年ごとの「成長目標と処遇計画」を上司と社員が一緒に作成し、上司がその実現を指導・支援しています。3か月ごとに「評価フィードバック面談」を行う事で、成長した点をほめ、課題を確認しあい、成長の動機づけを図っています。

「評価フィードバック面談」以外にも、社長が直接面談を受けつけたり、希望があれば、会社の顧問の専門家(キャリア・コンサルタントの有資格者)にキャリア・コンサルティングを行ってもらう機会を設けています。

「成長シート」は、階層別・職種別に作成し、パートタイマー用も作成し、全社員の成長を目指しています。

成長シート：知識・技術

成長要素	定義	着眼点	ウェイト	成長			成長確認 本人/上司
				1	2	3	
1 コミュニケーション技術	ターゲット顧客の立場に立った接客	信頼しあえる顧客との関係を構築	0.40	お客様とのコミュニケーションを積極的に行う姿勢がある	お客様とのコミュニケーションが上手にできるよう努力している	お客様と、成長している	4
2 リピート率向上技術	ターゲット顧客ニーズにあった販売促進活動	購入後の最適なフォローと提案	0.40	リピート率向上に対する姿勢がある	購入後のお客様のフォローができています	お客様と、成長している	2 3
3 顧客管理技術	顧客の分類	新規顧客からファン化した顧客の分類	0.40	顧客の管理技術への姿勢がある	顧客の管理する仕組みを理解している	お客様と、成長している	3
4 問い合わせ対応技術	問い合わせの適切な対応	クイックレスポンス	0.40	問い合わせに対応する姿勢がある	基本的な電話対応ができる	お客様と、成長している	1 2
5 新商品企画技術	計画的な新商品開発	高付加価値商品開発の仕組みづくり	0.40	新商品を企画する姿勢がある	新商品を企画作業をPDCAで回すことができる	お客様と、成長している	2
6 商品管理技術	年間を通した効率的な商品販売	付加価値の高い状態で適切な販売価格を設定	0.40	商品を管理する姿勢がある	商品を管理する基本的事項を理解している	お客様と、成長している	2 4
7 ページ制作技術	ページ作成ソフトの技術習得	生産性を考えたページ作成業務	0.10	ドリームウェーバーでページを制作する姿勢がある	ドリームウェーバーでページを制作しようと努力している	お客様と、成長している	1
8 画像加工技術	かんたんな撮影と画像処理ソフトの技術習得	生産性を考えた画像処理能力	0.10	ファイヤーワークスで画像加工をする姿勢がある	ファイヤーワークスで画像加工をしようとする努力している	お客様と、成長している	2 2

### 3 ステップアップ制度

入社から退社までの「長期」の成長支援の仕組みです。9つの等級制度に分かれています。9つの等級制度はそれぞれ、管理職・中堅職・一般職の3階層に分かれており、社員の「長期的なキャリア目標の設定」が可能となっています。②の「成長シート」の成長結果ともリンクして昇格する仕組みとなっています。

#### ステップアップ制度について A.昇格要件表

昇格要素 成長等級	標準 昇格 年数	最短 昇格 年数	評価 結果	上司 推薦	全日本検 定協会	面接 試験
8等級 → 9等級	6年	4年	○	○		○
7等級 → 8等級	6年	4年	○	○		○
6等級 → 7等級	6年	3年	○	○		○
5等級 → 6等級	5年	3年	○	○		○
4等級 → 5等級	5年	3年	○	○	1級試験合格	
3等級 → 4等級	4年	2年	○	○		
2等級 → 3等級	3年	1年	○	○		
1等級 → 2等級	3年	1年	○	○	2級試験合格	

#### 4 「専門資格チャレンジ制度」と「教える場」の提供

珈琲に関する専門資格の取得を奨励しています。社内には、カップオブエクセレンス国際審査員1名・SCAAカップpingジャッジ取得1名・SCAJコーヒーマイスター6名・コーヒーインストラクター6名の有資格者がいます。入社1年目から受験にチャレンジする制度を設けており、会社の経費での資格取得を奨励しています。

外部研修以外に、社員講師による社内研修も盛んで、スキルアップに日々努めています。

また、「教わる」だけでなく「教える場」を数多く提供しています。具体的には、「田代珈琲ハーベスト」という新聞紙面の製作、お客様を対象にした「コーヒーサロンやコーヒーセミナーの開催」などを社員が講師となっており、「教える事を通じた学びの場」を成長に活かしています。



コーヒーカップping社内研修の様子



社員が講師となり、コーヒー教室を開催

#### 5 多様な働き方の支援

パートタイマーには、「チームリーダー職」を設けており、意欲と能力に応じた処遇を行っています。また、当社のチーフマネージャーは、アルバイトからスタートし、その後に正社員となりました。育児休業後の復帰者も多く、社員の意欲と能力や、ライフサイクルに応じた働き方を支援しています。

##### 取組の効果や課題と今後の取組の方向

### 経営理念の浸透と社員の定着率の向上

(社員の成長をお客様と社会のために活かす事を目指して)

「私たちはすべての持続可能性を追求します」という経営理念は、着実に社員一人ひとりに浸透してきました。その結果、社員の定着率が大きく向上しました。また、新卒者を全員で育てるという意識も高まり、新卒者は全員定着し、着実に成長を遂げています。

今後の課題は、「新たな珈琲文化の創造」にあります。当社の主力商品である「スペシャルティコーヒー」は、日本ではまだ十分に市民権を得ているとはいえません。当社の社員が努力して身につけた「情報力・提案力」を活かして、1人でも多くのお客様に「コーヒーを通じた感動」をお届けしたいと思っています。また、「地域ステーション」を担える社員を多数育成することも課題です。これからもたゆまず、あきらめずに、社員全員で前進したいと思っています。



30kmウォーキングのゴールの様子 (レクリエーション)