



- 1 シロアリ注意の看板がリニューアル！
- 2 **羅針盤** 第 25 期を振り返って
- 4 これからの躍進をご紹介します ④
- 5 塗装で防水機能も確保
- 6 躍進流!! マネジメントの 8 つの分野 ①
- 8 浴室の安心・安全の定番商品
- 9 防災意識を考える

シロアリ注意の看板がリニューアル！

朝晩の寒さに冬を感じさせる時季になりました。しかし、シロアリに対する注意意識は通年で変わらずに高く持っていてください。

今回の絵は、クリスマスを意識して、サンタ帽を被ったシロアリちゃんにしました。これも経理部のスタッフの力作なのです！手前味噌になりますが、カラフルで可愛い絵だと思います。

冬も引き続きシロアリへの対策を怠らず、皆様とともに元気に健康に過ごしてまいります。何かお気付きの点があれば躍進までご連絡ください。よろしくお願いいたします。



第 25 期を振り返って**新社長にバトンタッチ**

今年も今月で終わり、躍進の事業年度も来年 1 月で決算期を迎え、翌 2 月から新事業年度となります。そして今期は創業第 25 期にあたり、まさに四半世紀の節目の年に、私の次男である笠井正行が代表取締役社長に就任し、私は代表取締役会長兼チーフ・ハピネス・オフィサー（Chief Happiness Officer）、「幸福最高責任者」になったのです。

振り返ると、この四半世紀はあっという間でした。その間に 2012 年 11 月に脳内出血を起こし、2014 年 12 月には肝臓癌が発見されるという 2 度の大病も患い、「経営者として今後やっていけるのだろうか」と弱気になったこともありましたが、持ち前の負けん気で臆病風を跳ね返し、今日までやってこられたのです。

自分で言うのもおこがましいですが、四半世紀の間、よく躍進を持たせたという感慨深いものがあります。以前にもご案内したちょっと古いデータになりますが、2011 年版の中小企業白書によれば、企業存続率（生存率）は、創業 20 年後には約 52%となっているほど、生存競争が激しいのです。これは現在でも、大きく変わっていないでしょう。

しかし、今期から次男の笠井正行が代表取締役社長となり、事業を継承して実際の舵取りを行っております。まさに次の四半世紀へのステップへ第一歩を踏み出したのです。

正行社長は就任時の挨拶で、「私の中では、創業理念にもある『100 年先も又、いつ時代においても、存続価値の企業を目指す』が大きな意味を持っています」と、高らかに老舗と呼ばれる企業の仲間入りする決意を表明しております。

そして正行社長は、具体的な活動として、「①絶対に会社を存続し続ける覚悟と行動 ②事業の再躍進 ③次の後継者へバトンを繋ぐ（創業 60 年の壁・100 年企業を目指す）を軸に、『お客様、社員の笑顔・喜びが我が喜び』を常に心掛けながら豊かな暮らしを創造いたします」と宣言しております。まさに、躍進の歴史において、今期ほどの大きな節目を迎えたことはなかったと言っても過言ではない記念すべき年なのです。

継承者は新たな創業者

2020 年に躍進は、「2030 年までに 20 代と 30 代で運営できる組織づくり」を宣言しております。現在着々と目標実現に向かっており、今 5 名の 20 代の社員が大活躍しております。創立 30 周年を迎える年までの数年で、さらに常勝躍進の基盤づくりをするのです。

しかし、ここで絶対に油断をしてはダメです。実は企業は、創業よりも継承するほうがはるかに難しいからです。なぜなら、創業者は経営理念をはじめ様々なルールを作り、それを一方的に社員に納得させて牽引してきていますが、後継者は創業者が作った経営理念をはじめ、様々なルールに則ったうえで活動しなければならないためです。

それは親子といえども違う人格であるため、必ずしもスムーズに継承できるとは限りません。仮に継承が上手くいって業績が伸びたとしても、「それは父親である創業者・笠井輝夫が作り上げた地盤があったからだ」と正当に評価してくれないものです。また逆に事業に失敗しようものなら、「やっぱり父親ほどの力がない」と悪く言われるだけで、継承者は何をやっても揶揄される宿命にあるのです。

そんな批判を跳ね返すには、継承者は新たな創業者になったつもりで、企業の精神的縦糸となる経営理念だけを受け継ぎ、創業者らしく時代に合った事業をどんどん推進・実現していけばよいのです。

現に正行社長は就任時に、専門工事業と AR 事業（アフター&リフォーム事業）で役に立つことは最も必要なテーマであるとしながら、2019 年より神社仏閣の外観をリニューアルする「Air 鉋」事業にも取り組み、事業の幅を広げていると挨拶しております。

また、社長就任半年を経過したタイミングで発表した方針では、AR 事業においては 2018 年にスタートした点検業務の需要の高まりに応え、同時に各事業の技術力を磨いていくとしています。

さらに、お客様が困っていることに対して「躍進ができることは何だろう」と熟考を重ね、幅広く対応できる新たな事業の発掘にも取り組む決意をしました。それが躍進の存在意義の 1 つでもある「地域のホームドクター」の新たな理念として、「災害時に強い会社」にすることで、今後増えていくと考えられる様々な自然災害に対して地域を守る体制をつくることです。建築物に関する知識も蓄え的確なアドバイスをしてお客様をお守りします。

まさに新たな創業者が現れたわけです。そしてこの繰り返しが 100 年企業、ひいては京都の老舗企業に負けない礎を作るのです。来期は次の四半世紀がスタートする第 26 期です。私も正行社長や社員を全力でサポートしながら、文字通り大いに躍進してまいります。

これからの躍進をご紹介します ④



今後は二足の草鞋で活躍

株式会社躍進で工事部主任を務めております関雄介と申します。現在は、防水事業の責任者と同時に、2019 年より開始した、水を使わないで木部を洗い綺麗に生まれ変わらせる新技術『Air 鉋』事業の責任者の二足の草鞋（わらじ）を履いております。

躍進に入社し 17 年を経過するなかで、一貫して工事に携わってきたことが自分自身の最大の強みです。新卒で入社後、数年は防水工事を担当し、その後、木材保存工事（防蟻工事）の担当者が多忙になる場合が多くあり、そのサポートも手掛けておりました。

現在防水工事は、「**水がもたらすあらゆる害から家を守る**」をテーマに、協力会社の集まりである「常勝会」のスタッフが中心となって担当しております。そして、設立当初より FRP 防水に特化した工事を行い、その蓄積は躍進の大きな財産となっております。

しかし、躍進の防水工事のパイオニアである三塚正樹営業部長の指導を踏まえて、FRP 防水に関しては、施工者の管理の難しさをはじめ課題も多いのですが、その反面、これまで躍進を支えてきた FRP 防水は、その性能の高さも踏まえて、絶対に無くしたくないという思いが強くあります。

こうした現状を踏まえて、若い防水工事の担当メンバーを増やしていくには、まずは現在も主力として活躍している「常勝会」のメンバーの中に若手を増やし、そうしたメンバーを管理できる力のある社員の養成も実施していきます。

また 2019 年より導入した『Air 鉋』事業にも将来性を感じています。全国には木部が経年劣化したままになっている神社仏閣が多く、依頼や問い合わせもたくさんいただきます。

しかし、物件の状態やお客様の要望も、「少し色を残すような形で施工してほしい」など千差万別であるため、それに最も適したご提案をさせていただいております。

総合的な視点から事業を究める

2 つの事業を手掛ける中で感じるのは、本年 2 月に笠井正行社長が就任したことでより一体感が増したことです。三塚正樹部長や宮内淳一課長から今年入社した新人に至るまで、新旧の結束力が今まで以上に強くなりました。

こうした一体感のおかげで「がんばっていこう」と自分を鼓舞できるのです。同時に、若手に対する最も身近な教育係でもあるので、彼らの成長の手応えを感じています。

これからは、これまで分散していた仕事の 1 つひとつをまとめ、連携しながら深めることを推進してまいります。自分が携わっている防水に関する情報の中心核を明確に出し、会社を伸ばすチャンスと捉えて、より総合的な視点から事業を究めるように精進します。

そしてみなさまにも様々にご指導いただきたく存じます。よろしくお願いいたします。

塗装で防水機能も確保



躍進では、防水工事と一緒に塗装工事をご依頼いただくことがたくさんあります。そして、秋から冬にかけては、塗装工事をご依頼なさるお客様が増える季節なのです。

塗装工事の際、最も注力しているのは、大切な建物へ絶対に水が侵入しないことです。つまり防水機能の確保です。

建物への浸水は、木造住宅に限らず鉄骨住宅も鉄筋コンクリート住宅でも NG です。まず腐食部分を適切に処置してから塗装をしています（作業工程の流れは写真左より右へ）。こうした処置によって大切な建物をより長くご利用できるようにご提案しております。

気になる外壁のヒビ割れやサビ、室内のカビ跡などありましたら躍進にお気軽にご相談ください。ご連絡をお待ちしております。

躍進流!! マネジメントの8つの分野 ①



本誌において、既報 232 号 (2022 年 4 月号) から 241 号 (2023 年 1 月号) まで、経営学者 P.F.ドラッカー氏の教えを元に、『これぞ躍進流!! ドラッカー活用術』を連載いたしました。

そして本号から、その第 2 弾として、『躍進流!! マネジメントの 8 つの分野』を連載いたします。私はドラッカー氏に限らず、多くの経営の専門家から考えを学んでおります。そして、私以外の経営者の中にもドラッカー氏をはじめ多くの先人・先哲からビジネスにおけるさまざまなことを学んでいる人が数多くいらっしゃいます。

ここで重要なことを先に申し上げますが、この連載はドラッカー氏の教えを弊社・躍進の業態に合わせた「躍進流」の解説であることを強く認識してほしいのです。そして、その中核をなすのが、やはりマネジメントです。

ドラッカー氏のファンはたくさんおりますので、「ドラッカー氏が指摘しているマネジメントの解釈と違う」という誤解を避けるために、躍進に合わせた形で活用しなければ意味がないということをご理解いただきたいと思います。思うからです。

マネジメントの定義

これはドラッカー氏によるマネジメントの定義と重なると思いますが、マネジメントは、組織の運営や管理を行うことも指します。ビジネスにおいては、ヒト・モノ・カネ・知恵・情報・時間といった経営資源を効率的に運用し、目標達成のために組織を機能させることもマネジメントの重要な意味なのです。

そしてマネジメントには、目標設定や戦略策定、リソース管理・配分、リーダーシップ・チームビルディング、プロジェクト管理、部下の育成・評価などの役割があります。

そんなマネジメント能力を高めるためには、言うまでもないことですが、マネジメントの知識を身につけることや必要なスキルを磨くことが重要です。そのためにドラッカー氏は重要な 8 つの分野を定義しました。

Win-Win の関係を永く築く

それは、①マーケティング、②イノベーション、③人的資源、④資金、⑤物的資源、⑥生産性、⑦社会的責任、⑧条件としての利益です。そして、連載第 1 回目はマーケティングのお話をいたします。

マーケティングは、市場調査や商品開発をはじめ、営業、宣伝、販売や販促に至るまで、すべてのプロセスが含まれます。マーケティング戦略は、「儲け続ける仕組みを作ること」を目的としています。

戦略的に考えることが重要であり、環境に応じた戦術を自在に組み合わせることができる企業になれば、どんなビジネス環境においても確実に成長を遂げることが可能です。

そして、絶対に忘れてはならないのが、企業とお客様の間に Win-Win の関係を永く築く仕組みです。自社とお客様の間に Win-Win の関係を築くことで、企業はお客様にコスト以上の価格で商品やサービスを提供することによって利益という儲けを手にし、一方でお客様は商品やサービスに対して代金を払ってもそれ以上の価値が得られれば「儲けた」という満足感を得ることができます。

常に変化していることを忘れない

マーケティングは分かりやすく言えば、お客様の現在のニーズを探し応えることです。お客様が「こうしてほしい」ということを掴み、それに実現することです。

しかしそれは一時的な要求に過ぎず、明日になればお客様のニーズが変わっているかもしれません。それでもその変化に一切の後れを取ることなく、お客様のニーズは言うに及ばず、環境の変化にも敏感になり、その変化を素早くキャッチし迅速に対応するのです。

さらに、お客様のニーズや環境だけでなく、新しい技術や新制度をいち早く取り入れ、どんどん形を変えて対応していけば、前述の「企業とお客様の間に Win-Win の関係を永く築く」ことが実現できます。これは、ドラッカー氏が唱える「企業の目的は顧客の創造」の第 1 歩であることに間違いありません。

このような感じで連載をスタートさせます。次号以降もご期待ください！

浴室の安心・安全の定番商品 浴室換気乾燥暖房機

季節も冬となり、躍進でもこの季節の定番商品としてすっかりおなじみになりました、ヒートショック対策用の浴室換気乾燥暖房機が大好評です。「壁面タイプ／浴室用／防水仕様」、「同／脱衣室・トイレ・小部屋用」、「同／換気扇内蔵タイプ」、「同／換気扇連動タイプ」、「天井取付タイプ」(写真参照) をご用意しております。

浴室用モデル



涼風暖房機: 防水仕様

SDG-1200GB

●電源コード(棒端子接続)タイプ

脱衣室・トイレ・小部屋用モデル



涼風暖房機: 非防水仕様

SDG-1200GS

●電源プラグ(コンセント差込)タイプ

生活防水

壁面取付タイプ

特定保守製品



ワイヤレスリモコン
(生活防水)

BF-861RX
BF-861RXR

NEW

天井取付
タイプ

特定保守製品

2室 同時換気

浴室にプラス1室を同時換気。
乾燥中でも他室の同時換気が可能。

NEW

冬場の浴室の脱衣所やトイレ、廊下などで寒さにさらされると、血管の過度の収縮により血圧が急変動し、脈拍が早くなり、高齢者の場合、心疾患や脳障害などの事故につながることもあります。最悪の場合、急性心不全、心筋梗塞、くも膜下出血などによる突発的な死を引き起こします。

65 歳以上の方は、たとえ健康に自信があったとしても、入浴時には注意が必要です。脱衣所と浴室の温度差が 10℃以上にならないように注意しなくてはなりません。さらに、高血圧・糖尿病・動脈硬化のある方、肥満気味の方、睡眠時無呼吸症候群や不整脈がある方、お酒を飲んでから入浴する習慣のある方などはヒートショックに要注意です。

入浴前にその都度浴室をシャワーで暖めたり、脱衣所にファンヒーターを移動したりするのは、負担が大きいままです。浴室換気乾燥暖房機によって、安心・安全を確保してください。ご注文、お問い合わせは、躍進までお気軽にご連絡ください。

防災意識を考える 住宅コラム

毎年、9月1日の防災の日や、阪神淡路大震災があった1月17日、東日本大震災があった3月11日前後は、国民の防災意識が高まり、量販店における防災関連グッズが飛ぶように売れます。しかし、残念なことに、「喉元過ぎれば熱さを忘れる」如く、それ以外の日では防災意識が低下するようで、頭の中から「震災」の文字が消えてしまうようです。

そしてそれを裏付けるように、大手住宅メーカーが行った「住まいの防災に関する意識調査」(全国の20歳～69歳の男女約1000人を対象)では、7割以上の人々が食料や水の備蓄を実施していますが、肝心の住宅の耐震補強工事の実施は4割にも満たない現状であることが分かりました。

食料や水の備蓄に次いで、7割近くの人々がハザードマップの確認を行い、6割の人々が防災グッズを用意し、5割近くの人々が家具・家電の転倒防止器具設置しているのですが、これはひとえに簡便に実施できるからです。

しかし、住宅の耐震補強となると、補強金具の設置から始まって、本格的な耐震リフォームをしなければならず、その予算も30万円ぐらいから数百万円にまで上るのです。

その反面、多くの人々は自宅の倒壊などの危険性がない場合、そのまま自宅で生活を送る、いわゆる在宅避難を希望している人が8割以上を占めるという矛盾が生じているのです。もちろん予算の制約もありますが、あまりにも思っていることと実行していることの割合に乖離がありすぎると感じます。

在宅避難を希望なさる理由のうちで最も多かったのは、プライバシーの確保で約6割に上ります。さらに当たり前の意見ですが、自宅が一番快適(4割以上)、できれば今までと変わらない生活をしたい(約4割)などが続きます。

こうした現状を踏まえ、工務店様やビルダー様は、新規・既存を問わず、お施主様に真剣に耐震補強を勧め、防災意識を高めてください。また、耐震補強だけでなく、いわゆる窓を突き破って入ってくる「もらい火」を防ぐために、すべての窓を防火窓にするためにアルミ製の雨戸シャッター設置も提案しましょう。予算内でできる有効な提案をすれば、それをきっかけにお施主様の防災意識はどんどん高くなることを忘れないでください。

株式会社 躍進 本社 〒337-0043 埼玉県さいたま市見沼区中川106-1 ☎048-688-3388 ☎048-680-7615 東京 〒107-0062 東京都港区南青山2-2-8 DFビル2F 営業所 ☎03-6804-2541 ☎03-6804-2542 URL=http://www.yakushin.jp E-mail=yakushin-no1@nifty.com	関連会社 不動産事業 株式会社 ヤクシンジャパン 関連会社 株式会社 First Arrows ファーストアローズ	事業内容 防水工事：FRP、ウレタン、塩ビシート、 ゴムシート、アスファルトシーリング、注入、 ビンニング、シングル葺き 木材保存工事：床下点検、シロアリ駆除 及び予防、調湿剤、床下換気 等 塗装工事：各種塗装 外部点検：屋根、陸屋根、バルコニー、 外壁 等診断
--	---	---