

2016年12月14日

各 位



## 年鑑「新しいユニフォーム 2016年版」掲載のお知らせ

国際文化評論社が発行する「新しいユニフォーム 2016年版」に、当社が掲載されましたので、お知らせいたします。

ページ24～27にて、当社の新しくなった作業服が紹介されています。掲載内容は以下をご参照ください。

**太陽ホールディングス株式会社**

《本件に関するお問い合わせ先》 人事総務部秘書課 広報担当 03-5999-1511

URL <http://www.taiyo-hd.co.jp>

# 太陽ホールディングス 太陽インキ製造

## 技術系社員の制服

太陽ホールディングス株式会社（本社：東京都練馬区、代表取締役社長：佐藤 英志）および子会社である太陽インキ製造株式会社（本社：埼玉県比企郡嵐山町）は、国内拠点の作業服を21年ぶりにリニューアルし、7月に完全移行しました。

「社員一人ひとりが仕事の中で積極的に楽しみ、自ら成長しようとする意識の醸成」を目的として、2014年新卒入社的女性社員の発案により、リニューアルプロジェクトが発足。2年の構想期間を経て、デザインや機能性にこだわり、環境にも配慮したオリジナルの作業服を実現しました。このデザインには、職場環境の変化により仕事を楽しめることを実感し、毎日身につける作業服も、より良い変化をこたえさきかけとなるものにしたい、という若手社員の思いが込められています。

当社がこれまで築いた「信頼」と、新たな成長への「攻め」の姿勢を、従来の作業服の型にとらわれない洗練されたデザインで表現しました。社員より要望が多かった通気性や動きやすさなど、着心地も改善。また、作業服制作時に温室効果ガスに対しカーボンオフセット制度を利用し、廃棄時にも100%リサイクルを徹底しています。

今回のリニューアルにより、複数あった作業服を国内拠点全体（工場、研究拠点、事業所の約300名）で統一しました。当社は、この新作業服とともに全社員が一体となり、夢あるさまざまなモノを生み出し、楽しい社会の実現に寄与していきます。

制作・納入は九十服装(株)。

太陽ホールディングス(株)……東京都練馬区羽沢2-7-1

太陽インキ製造(株) ……埼玉県比企郡嵐山町大字平沢900番地



## 太陽ホールディングス 太陽インキ製造

新しいユニフォーム編集長 小林由紀子

新入社員主導で「作業服リニューアルプロジェクト」が生まれたと聞いて、取材を申し込むと、広報の反応がすばらしい。活気のある会社だなという印象を受けた。

IT機器、デジタル家電、あらゆるエレクトロニクス製品に利用されるプリント配線板に欠かせない、ソルダーレジストで世界シェアトップクラスの化学メーカーである。それでもエレクトロニクス産業は今がピークと見え、今後経営の柱となる新規事業を開発、参入していく意気込みを感じる企業である。売上げ80%が海外という。

埼玉県比企郡嵐山町は池袋から東武東上線で1時間、木曾義仲生誕の地、畠山重忠ゆかりの地という歴史ある東の国に、太陽ホールディングス、太陽インキ製造はある。

今回のプロジェクトメンバー、太陽ホールディングス秘書課の平野亜実さん、実際日々作業服を着て仕事をする、技術開発部の英久美子さんに話をうかがった。

現在も8割が男性という社員構成の中で、2014年入社組の女性社員は、互いに話すうち、作業服がかっこいいものならよりモチベーションが上がるのではないかと考えた。

英さんも、研修の初日に全身緑色の作業服に袖を通した時、「会社が掲げる理念とイメージが随分違うな」と思ったという。

2014年夏、この嵐山事務所の社員食堂が、以前の窓のない暗い場所から、明るい採光で付近の山並みが見える、バイキング形式の食堂に刷新された。地元食材を使い、赤坂の料亭の料理人による献立、ドリンクはおかわり自由で400円というもの。「バラエティー豊かな食事や、デザイン性に配慮したインテリアや家具をそろえ、良い職場環境で発想力を育んでほしい」と、社長がメッセージを形にして見せたのだ。

入社したばかりの社員はこれに大いに刺激を受け、社長に直接「作業服も格好よくしたい!」と話すと、「じゃあ変えてみなよ」と許可が下りた。そこで同期の女性社員4人が社長特命「作業服リニューアルプロジェクト」を結成、完成着用まで2年の歳月をかけた奮闘が始まった。

財務の専門家で、2011年、外部から招かれた、若い佐藤英志社長の人材育成の考え方は、「環境に甘んじることなく、自ら自由に考え、学び、育つことの出来る『自律型人材』を目指すべきである」とし、自主性、発想力を重視している。

伝統的な製造業の体質が、清新な社長と若い新鮮な感覚を持った女性新入社員によって



活性化されていく序章が、「作業服リニューアルプロジェクト」だったかもしれない。

しかし作業服というのはどうやって作るのか？ チームはまず「作業服ってどうやって注文すればいいの?」という難問に突き当たった。インターネットで検索、業者とコンタクトを取り、コンペをして、先輩社員の知恵を借り、コンセプト設計を練り直した。

「F1(レーサーウェア)がイメージとなりました。鋭く、速く、かっこいい、無駄がない、直線的で洗練されているイメージ」と英さん。それは皆が理想とする、なりたい社員のイメージと重なる。「作業服らしくない作業服が欲しい!」と言っても業者さんがもってくるのは変わりばえしないパターンで、どうしたら自分たちのイメージが伝えられるかもどかしかった」と平野さん。

作業服に求めるものは? と聞くと、「まず一番重要なのは色。そしてデザイン!」とお二人。最終的に納入業者になった丸十服装の酒井友祐営業部次長と、デザイナーは、若いプロジェクトチームの抱くイメージを形にするため、熱心に相談に乗ってくれたという。

社内でも作業服が替わるらしいと聞いた男性社員から、ここが不満、通気性を良くして、着心地も考えてなど意見が出るようになった。作業服は上から与えられるものから自分たちで考えて作るものへと変わった。

作業服はこうあるべきという従来の思いこみを打開したプロジェクトメンバーは、「他社との会合や、お取引先からも、アッいいですねと変化に気づいてもらえた」と英さん。社員からも好評だ。

「みんなが楽しく仕事をする環境があれば、業績アップにつながる」と平野さん。

意欲的な社長と女性社員がタッグを組んで完成したユニフォーム。

ユーザーの満足とは、付加価値とは何か考えさせられた。