

全員経営目指しMG研修を社内初開催

寝屋川興業／エンタープライズ山要 参加者一人ひとりが会社全体を見る目を養う



社員のほか、同業他社なども参加して研修を行った。

大阪府寝屋川市で一般育成を目的に、1976
廃棄物、産業廃棄物の収
集運搬に取り組む寝屋川
興業／エンタープライズ
山要は8月29、30日の2
日間、社内MG研修「G
o! Me! MG by
びわこシーガル」を初開
催した。「楽しく笑顔で
体感する! 全員経営を
目指すため」をキャッチ
フレーズに両社の経営
陣・社員のほか、同業他
社などからの参加もあっ
た。

MG (マネジメント
ゲーム) は、当時ソニー
の西順一郎氏が経営者の
育成を目的に、1976
年に開発した経営体験シ
ミュレーションゲーム。
開発から今日までの40年
間で80万人が受講したと
されている。

知識教育ではなく、能
力の涵養を主眼とするた
め、「理入」(知識教育)
でなく、「行入」(体験学
習)を基本としている。
ゲームでは参加者一人ひと
りが社長となり5年間
分の会社経営を行い、毎
期決算を実施して会社全
体を見る目を養う。

「企業とは何か?」「戦
略的経営とは何か?」「ど

のようになりた企業は儲かるか？」という科学的経営の基礎をゲームを通して実践的に学んでいく。経営者の視点で利益とは何かを考え、さらには潜在的な「能力」の開発・開発を目指す、全員経営への第一歩、トータルな人間づくりの研修となっている。

開催に当たりあいさつしたエンタープライズ山要の山口玉緒代表取締役は、「全社員の全員経営を目指してMGを行いたい」と思っている。同じくみ屋さんに地方からもた



あいさつする山口玉緒代表取締役

兼士務店(常務取締役)は、「MGというのは人磨きである。会社も磨き良くなるが、その前に自分の戦略チップを磨いてほしい。これは人間教育でもある」と参加者にメッセージを送った。

他社からの参加者は研修経験者が多かったが、専ら川興業・エンタープライズ山要の社員は初参加者が多く、試行錯誤しつつもゲームを楽しみながら経営について学んでいる。

2日間の研修に参加した篠原川興業／エンタープライズ山要の社員からは、「お客様ごとの売上、め社員および純利益を調べるといってところが素晴らしいと思った」（営業部長補佐・寺前拓也氏）、「キャッシュを残すという基本中の基本が再確認できた」（デジタル推進担当・今

井夫氏、「環境整備をする」として、無駄を削減し効率的に仕事ができることが理解できた」（経理・楠林薫子氏）などの感想が挙がった。

山口氏は自社開催を決断した理由、実施したうえで、「MBGについて、公共言語を通じて、人ひとりが主体的に行動できるような強靱な組織を目指したい」ということ

ミダックホールディングス（浜松市）の連結子会社であるミダック（同）は環境教育の取り組みとして8月8日、磐田市が主催する親子SDGs体験講座「めざせ！食品ロスゼロ大作戦」で食品ロス講座の講師を務めた。夏休み期間に磐田市在住の小学5年生く6年生の親子15組を対象に「目指せ！食品ロスゼロ大作戦」の講座を開催し、食品ロスについて講座やゲームを通じて楽しく学んだ。

クリーンセンターで
ス講座を実施 ミダック

後まで
すぎを
ながら
参加
「すご
かった

講座では、食品ロスの現状や食品ロスの削減につな
がる「消費期限と賞味期限
の違い」を分かりやすく解
説した後、参加者全員で「食
品ロスクイズ」に挑戦した。
さらに「食品ロスすごろく」
を親子で体験し、食品を最

磐田市
食品口

「ブラジャーリサイクルキャンペーン」

JEPLANNが運営するBRINGは、トリンプ・インターナショナル・ジャパンと「ブラジャーサイクルキャンペーン」を8月20日から開始した。同キャンペーンは、31日までの期間中に全国の「トリンプ」「アモスタイル」「バイトリンプ」「スロギー」の3ブランド合計44店舗と、公道サイクルストアで実施する。

ンは、不要になったプラスチックをとり回し、BRINGがリサイクルする取り組み。10月

BRINGはさまざまなブランドや小売店等と協力して、消費者の使用済みの服や繊維製品を回

透倒なにを不　　が5資ト棄てさ収

緑あふれるクリンな日常を世界に
加山興業の活動

スポーツ振興とキャラクター展開でより身近な存在に

「フェニックス」の地元開幕戦を冠試合として開催

加山興業(愛知県豊川市)は重要課題の一つに掲げる「地球共生」に向けた取り組みの一環として、地元のプロバスケットボールチーム「三遠ネオフェニックス」とスポンサー契約を結び、冠試合の開催やコラボ商品の販売、会場ではちみツレモネードの販売などを行っており、スポーツを通じた地元地域の活性化を推進している。また、同社オリジナルキャラクター「テラノさん」によるフェニックスとのコラボなども積極的に展開しており、「環境や未来を守る」という思いを込めたキャラクターを、子供から大人まで親しみの持てる存在として今後もさまざまな場面で登場させ、スポーツ支援とともに展開していくことでより身近で地域社会と共に歩む企業として、地元貢獻していく考えだ。

同社とフェニックスはこれまでカーボンオフセットを実施し再生可能エネルギーを推進、障がい者支援施設との米作りの実施などさまざまな取り組みを行ってきた。「S

くは青年海外協力隊などが現地の子供たちに、楽しみながらSDGsを学んでもらうツールとして活用している。

最近では工場見学に使用する、リサイクルポリ

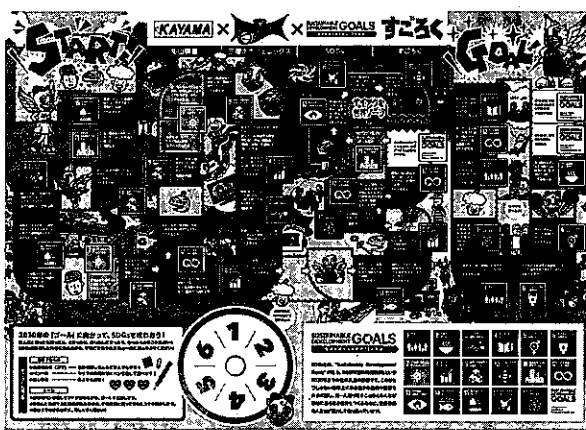
デザインを採用した。また、正月には豊川稲荷周辺の商店街のアーケードにテラノさんとダンサーのタペストリーが飾られ、初詣客たちを出迎えた。

れた開幕戦では、それまでイラストのみだったテラノさんの「実物」が初披露目となった。希望を掲げたが、多くの参加があ

「GS（ぐすく）」もフェニックスと共同で作成、2022年にはJICAに贈呈した。すでに「ダンカ」とのコラボ

最近では毎年豊橋総合体育館でのフェニックス開幕戦を冠試合として行っている。昨年10月に行われている。

今年の開幕状況だった。開幕戦も、冠試合として開催する方向で調整を進めている。



「SDGsすごろく」もフェニックスと共同で作成

スポーツチームのスポ
ンサーとなっていること
について同社担当者は、
「具体的な数字で効果を
表すのは難しいが、地球
共生の二環として取り組



んでいることが徐々に広がって、当社を知ってもらうきっかけになっていると思う。昨年の冠試合では先輩来場者にノベルティを作成して配布したが、後日の試合にそれを持参して応援に来てくれた人もいた。テラノさんのサインが欲しい、という人も出てきている。当然、社員の認知度向上に一定の効果がある。

資源循環