

住民視線の安心対応がウリ お客様本位のビル管理で急成長

ビルレスキュー・メンテナンス事業を営む企業はまさに、雨後の竹の子状態で増加している。

異業種からの参入なども含め競合相手が数多い中で、ここ数年、ナカタ産業（大阪府吹田市）はじわじわとシェアを拡大している。得意先も一流ホテルや病院、市役所、駅ビルなど幅広く広がっている。

「特にマンションの深夜の緊急対応時スタッフに徹底していることは、自分がその困っている住民の立場に立つとほっとけなくなる。だから真夜中でも緊急出勤する、という使命感を持って仕事をすることです」

中田恵三社長は、これが自社のモットーであるお客様本位だと明言する。

「また、お客様に喜んでもらえるという気持ちを大切にしている、自然と技術的

なことは蓄積されていくものです」

1984年、大手企業を「書道家になる」という目的で退職した中田氏は、書道の腕をさらに研鑽する過程で、食うために水関係の企業の代理店活動を始め、そうした縁から、次第にエアコン保守、貯水槽清掃、ポンプ工事などを手掛けるようになっていく。

技術的なことについては、現場で作業をしながら徐々に習得していったというわけだ。

やがて大手の注文を取るため、必要性にかられ、会社を設立することになる。86年、ナカタ産業株式会社誕生である。

「これからは心の時代。安心と信頼のほかに尊敬、敬愛される企業にならなければ生き残れないでしょう。ナカタ産業さんとお付き合い

していると気持ちがいいですね、といわれる企業を目指しています」

そうした思いが集約されているのが、同社独特の社員に対する心の教育だ。夏、冬には「親孝行月間」を設け、親孝行についてリポートを提出させる。春と秋には「読書月間」で読書を奨励。読んだ本の感想文を提出させている。

「こうしてスタッフの人格を高めていくことで、企業にかわいがっていただける存在になれば、事業内容がどんなに広がるのか仕事の面白さです」

こうしたハートと技術の両面作戦で得意先をがんにがらめにする、つまり、ナカタ産業がなけ

れば困るといふ存在になっ
ていこうとの戦略だ。

現在、年商2億円だが、向こう10年で10倍の20億円の売り上げを目指している。その実現に向けて、現在新分野として環境・省エネに関する取り組みも検討中だ。

「創業以来の転換期を迎えている」と語る中田氏。ここでどう、舵を取っていくのか。

中田氏の手腕の真価が問われるところだ。



中田恵三社長は、社員に対する心の教育に力を入れる