

# ユニフォーム刷新で、魅力的な職場作りと 社員のマインドチェンジを達成！

## キミカ

キミカは昨年、30年ぶりにユニフォームを一新した。1年間かけて社員の声をヒアリングして選定したという新ユニフォームは、デザイン性と快適性に優れるだけでなく、各職場のワークスタイルに即した機能性と安全性を併せ持ち、近年重要度の増すダイバーシティ & インクルージョンも意識している。新社屋の完成と相まって、キミカの企業イメージは一変。社員満足度が向上し、採用にも好影響が現れている。



今回は、プロジェクト推進室長の笠原善太郎氏に取り組みの狙いと社員の反応を伺った。

### Q ユニフォーム刷新のきっかけは？

**A:** 当社は長年、繊維業界や食品業界に向けてアルギン酸を供給してきましたが、ここ数年は製薬業界からの引き合いが急増していました。これまでとは一線を画する高い管理水準を求められるようになり、医薬品メーカーに相応しい体制整備に力を入れていました。

そんなとき、ユニフォーム刷新をきっかけに社員の意識が変わり、医薬品事業への進出に成功したという化学品メーカーの話を知りました。当社の千葉プラントでは、長年、生産現場との一体感醸成を狙ってオフィス・ラボで働く内勤者も工場作業員と同じ作業衣を着用してきましたが、当社もユニフォームを変えることで社員のマインドチェンジを促せるのではないかと考えました。

当時、「クリーン」「ナチュラル」をテーマにした新社屋の建設が進んでいたため、社員のイメージを新しいオフィスやラボにマッチさせたいという思いもありました。

### Q 新ユニフォームのポイントは？

**A:** 病院や製薬会社では清潔意識を高めるために白色を採用することが多いと聞き、シンプルな白色としました。ただ、白色は透けやすいの

が欠点です。そこで、夏服のポロシャツには白色に加えてコーポレートカラーの青色を用いし、ズボンも各自が好みのものを選べるようにしました。また、ダイバーシティ & インクルージョンの観点から、男女でユニフォームを区別することは止めました。

一方、各職場の業務スタイルに応じた区別は必要と考え、工場内では安全性と製品汚染リスク低減を最優先して設計された従来の作業衣の着用を継続することにしました。靴も、工場内は安全靴を必須とする一方、それ以外では軽くて動きやすい靴も選べるようにしました。

### Q 社員の反応は？

**A:** この春に実施したアンケートで、社員の8割が職場の魅力度向上を実感していることがわかりました。6割が品質面や衛生管理面に対する意識の変化を実感しており、医薬品メーカーへのマインドチェンジという当初の狙いにも効果を発揮しているようです。

一方、工場と内勤者でユニフォームが別々になり、生産現場とオフィス、ラボの一体感を失うことを心配する声も。所属にかかわらず全員が生産活動を「自分事」として捉えることは当社が長年堅持してきた伝統ですので、良き伝統を失わない工夫が必要であると考えています。

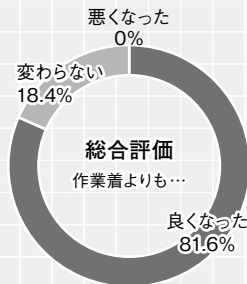
## 社員アンケート結果

キミカがユニフォーム刷新1年を機に実施した社員アンケートの結果の一部を紹介する。全体的にポジティブな評価が大勢を占めるが、キミカはあえてネガティブな評価に着目し、その背景にある真意や意図を社員に説明することに利用した。例えば、「白い生地は汚れが目立つ」に対しては「汚れないように心がける意識の変化を狙っている」といった具合だ。

もちろん、寄せられた声を取り入れてさらなる改善にも積極的である。社員に愛されるユニフォームになるようコミュニケーションに力を入れていく。

### ● 総合評価

「着替えが楽」「デザインがいい」「動きやすい」「清潔感があり企業イメージが向上した」「来客対応がしやすくなった」などのコメントが寄せられ、社員の8割が「良くなった」と回答した。

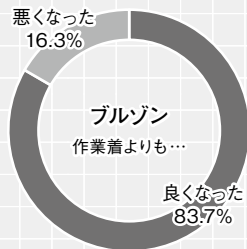


たまゆら社のユニフォームプランナーの松本直人氏は「衣服は個人の好み色が濃く反映されるので、社員の6割が肯定的な回答をしたら、そのユニフォーム導入は成功」とコメント。今回の結果は「大成功」といってよいだろう。

### ● ブルゾン

「着心地がいい」「洗濯しやすい」「温度調節しやすい」といった評価が多く集まった一方、白色ゆえに「汚れが目立つ」というコメントも。これについては、他社の事例を

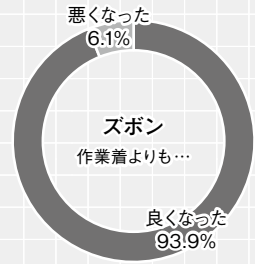
根拠として引用し、汚れが目立ちやすい白色を採用することで、こまめに洗濯して清潔を維持しようという意識が生まれることや、汚したくないという意識から作業の手際が良くなるといった効果が期待できることを社員にフィードバックしている。



### ● ズボン

ズボンは体型差の影響が出やすいため、一律支給は止めて社員が自由に選べるようにした。自分で選び購入しなくてはならないことに対する

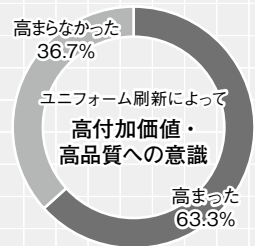
不満の声もみられたが、自分に合うものを選べるようになったことを歓迎する声の方が多かった。



### ● 品質や衛生管理に対する意識変化

「汚れを気にするようになった」「綺麗に保つという意識が上がった」「業務を行う場所によってメリハリができ汚染への意識が高まった」といった意見が集まった一方

「ユニフォームで意識は変わらない」といったコメントも。これに対しては、ユニフォームだけで意識改革を成し遂げようというのではなく、ユニフォーム刷新も含めた全方位から、品質や衛生管理に対する意識改革を働き掛けていくと社員に語りかけた。



### ● 職場の魅力度

「スマートな印象になった」「親しみやすいイメージが生まれた」などのコメントが集まり、特に女性や若手社員からの企業イメージ向上を評価する声が多かった。生産現場とオフィス、ラボの一体感の喪失を危惧する声もみられ、今後の工夫が必要となりそうだ。

