

ダスキン中央のお客様であった方が、

パート・ハーティ（業務委託）、社員、中間管理職、
幹部（人教育部長）に昇進、成長されていく事例が大学の
マーケティングの基礎の教科書に取り上げられています。



第12章 価値観創造とリレーションシップ

....一方で、個人や組織で価値観学習を長期間継続し、それに関わる社外・社内の研修よりもたらされるものに、各個人や組織全体の目的やビジョン、そしてそこから生まれる「使命観」がある。又、価値観学習による「当事者意識」と「使命観」を持つことができ積極的に行動実践する社員には、それ相応の地位と裁量権が与えられる。ダスキン中央（DCI）の人事教育担当者であるG氏も価値観学習を行なってきた一人であり、**実は彼女も元々は前述のA氏と同じく、お客様からはじまり、ハーティ、社員、中間管理職を経て、現在幹部へと上昇した人材**である。

DCI社員のG氏は、最近行なった個人のビジョン(目的)策定合宿で自身の「これまでの価値観の変化」を振り返ってこう語っている。

相手を恨みながら生きていく事をせずに、自分の責任を自覚して前を向いて生きてこれたのは価値観の歪みを目の当たりにするきっかけがあり、その意味を価値観学習で少なからず自分を説得できる物差しを見つける事が出来たからです。

しかし当初は、他の人を批判「もっとこうしてくれたら・・・」とか「あの人のせいで・・・」とか環境や人のせいにしてばかりでした。

そこには自分は正しい、間違っていないという前提があり、この考え方のみに支配されていました。

主体性のない利己的な自分。深く物を考えず、いかに楽をして幸せに過ごす事ができるかという短絡的な自分でありました。

多くの中で出逢いがありましたが人を見極める力、人を信じる力、人を許す力、すべて人間の価値観の力だと思います。

これまで家庭市場部という,それぞれの年齢も環境も違う主に主婦の方達の中での活動や,ミーティングの中で相談を受ける事が多くありました。その時に相手は自分であると捉え,相手の立場で相手の心に寄り添って素直に聞くとということが,少なからず実践できたことも大きな成果だと思えます。

「何」と出逢うか。出逢いを素直に受けとめ「感謝」できるかが人生を大きく左右するものではないかと思えます。「ダスキン中央に出逢った事から全てが変わった。」とG氏は語った。ダスキン中央の価値観学習が今後も期待される。

注

1) インターナル・マーケティング-ダスキン中央のインターナル・マーケティングの事例-より 岡山武史「サービス・マーケティング・コミュニケーション」松井温文 編著『サービスマネジメントの理論と実践』五紘舎,57-5 頁。

2) 池尾恭一,青木幸弘,南知恵子,井上哲浩『マーケティング』有斐閣,2010 年。

3) マイケル・ポーター,マーク・クラマー(村井裕訳)「競争優位の CSR 戦略」『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』2008 年 1 月号,ダイヤモンド社,2008 年。

4) マイケル・ポーター,マーク・クラマー(編集部訳)「共通価値の戦略」『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』2011 年 6 月号,ダイヤモンド社,2012 年。」

5) 医療法人鉄蕉会 亀田総合病院 亀田俊忠名誉理事長菅修 松本忠男著『健康になりたければ家の掃除を変えなさい』扶桑社,2017 年 14-16 頁を参照のこと。

6) インターナル・マーケティング-ダスキン中央のインターナル・マーケティングの事例-より 岡山武史「サービス・マーケティング・コミュニケーション」松井温文 編著『サービスマネジメントの理論と実践』五紘舎,58 頁。

7) 株式会社ダスキンお掃除教育研究所監修の学校掃除教育支援活動,経済産業省主催

第4回キャリア教育アワード優秀賞 2014 年,文部科学省主催青少年の体験活動推進 企業表彰・審査委員会特別賞 2017 年をそれぞれ受賞。