特集／働きがい・働きやすさ向上施策

トモエシステム

執行役員
人事総務部長
大竹　祥司

会社概要

設　　立：2011年11月1日
資 本 金：1,000万円
売 上 高：113億16百万円（2021年4月期）
事業内容：建設機械・農業機械等の産業機械用部品の専門商社
所 在 地：兵庫県神戸市兵庫区大開通7-1-17
従業員数：85名

1．はじめに

当社は、1947年に創業し、神戸に本社を構える建設機械・農業機械等の産業機械用部品を扱う専門商社である。独立系の建設機械部品商社では国内最古参であり、商社が扱う建設機械部品というニッチ市場にあって売上高は業界トップとなっている。

取扱アイテムは、板金部品、樹脂部品、電気・電子部品など多岐にわたり、主軸となる建設機械、とりわけ油圧ショベルカー市場では、圧倒的な商流の強さを持つ。国内メーカーへはほぼ100％、成長著しい中国建機メーカーの台頭が進むなか、全世界で生産されている建設機械のうち、当社の取引先が占める台数の割合は50％を超える。中国・タイ・アメリカに現地法人を有し、今後の新興国需要にも対応。近年はグローバルな事業展開を進める専門商社として『つなぐ力』を発揮し海外メーカーの調達窓口としての実績が高い。

２．当社の強み

当社の強みは、70余年築いてきた取引先との信頼関係である。商品の提案では製品の企画・開発段階から関わり、また品質問題の対応として社内に品質管理機能を保持するなど、単に製品を提供するのではなく、商社としての枠を超え、取引先と一緒になって問題解決をする付加価値の高いサービスを提供してきた。

顧客・サプライヤー・当社が三位一体となり創り上げる体制、また、長年にわたる豊富な実績と機械・設備に関する専門性、最新技術の情報収集力、社員一人ひとりのきめ細やかなサービスの提供は、「次世代に残すべき価値あるビジネスモデル」と評され、2016年これを『ともに創る』『共創』と言語化し、旗印に掲げた。

「VUCA（ブーカ：Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の時代」と言われる。VUCA時代の生き残りは、誰も知らない解決策を取引先と共に探していくことが求められる。変化に対し柔軟に構え、高い知的機動力を発揮し、こまめに軌道修正をして始めて、その解が得られる時代となった。すでに取引のある仕入先800社はもちろん、必要に応じ新たなパートナーの協力を得て最適解を探し、機能とコストのバランスがとれた新しい部品・サービスの提供をする。こうした『共創の力』こそ、当社の強みであり、そこから生まれる製品が世界を豊かにする。

近年、上記の事業モデル以外に「働きやすさと働きがい」など当社の働き方改革等に対して、厚労省・経産省・兵庫県・神戸市など行政ほか外部機関より数多く認定や表彰を頂戴している。本書は、主としてこれがテーマであるが、本論に入る前に、その土台となる「働き方改革の本質」をまず次項とし触れておきたい。

３．働き方改革の本質

「袖振り合うも他生の縁」、700年以上も前に親鸞聖人が説いた教えである。

「多少の縁」という誤用があるが、「多生」「他生」であり、命あるものが死を迎え、生まれ変わるという輪廻思想から成り立ち、現世を基点に前世・来世までもの縁をさす。一般的に会社組織のメンバー同士は、圧倒的に多くの時間を「袖振り合う」関係にあり、偶然と思える縁であっても、壮大な縁で繋がれ、互いに大きな影響を与え合う。西洋においても「Company」という繋がりがある。「ひとつのパ

ンをみんなで分け合って食べる仲間」とあるように、結束・協力し合い築く関係性を語源とする。

当社は、働き方改革の取り組みや成果を開示する機会が度々あるが、これは枝葉末節であり、さほど重要なこととは思わない。また特段珍しい切り口もあまりない。

その根底に宿り、経営のぶれることのない軸は、「他生の縁」「Company」に込められた信頼と縁を繋ぐ強い想いであり、共に分かち合う精神である。「社員の幸せ」を第一義とし、一時的な会社の業績より優先する。『つなぐ力』で『ともに創る』成長と幸せを実現し分かち合い、「社員とその家族が幸せな人生を送ることが最も会社を強くする」との仮説を推進し検証している。

『働きやすさと働きがいの追求』をテーマに直近６年間改革に邁進した。行政を始め、多くの外部機関から働き方改革の認定や表彰を受けた。本書もその紹介にページを割いたが、取り組み内容は、奇を衒ったものはなく、おもしろみはまるでない。

『ならば同じことを他社ができるのか？』本質的には、これが最も重要で常に自問する。極限まで利益を追求するパブリックな会社ではできない、社員数が多い大企業も難しい、「竈の下の灰」まで我が物とする多くの中小経営者のメンタリティでは出来るはずもない。経営の根底に『ともに創る』成長と幸せを願い、業界や市場を真剣に構想し、チャレンジし続ける機動力があり、時に修正できるしなやかな組織のみができる何かがあると考える。ただその真価は、まだまだ評

価し総括する時期ではない。本書は、有難くも世界に冠たる優良企業を顧客に、国内外多くの仕入先に恵まれ、70余年の歴史で先輩たちが培った信用と知見を基に、ただただ志を高く、明るく迷い、楽しく悩みながら匍匐前進し、『ともに創る』成長と幸せを描く若い組織の中間的な報告に過ぎない。

４．改革と業績の関係

2015年度70数億円であった売上高は、2016年の本格的な改革スタートを経て、好調な市場も手伝い2019年度125億円となった。開発案件が実りだす2021年度は半導体・鉄鋼・樹脂など部材調達に不安はあるが、単体140億円、連結では160億円を目指す（2015年からの社員数は９名増、現社員の10％にあたる）。

５．改革の背景および課題

世界経済は、約30年後の2050年までに2014年比で３倍になると予想され（PwC調査レポート）、これに呼応して、建設機械市場は景気連動型産業でありながらも右肩上がりに成長していくことは間違いない。一方、中長期的には「少子高齢化による労働力人口の大幅減少」「ボーダレスな競争社会の激化」は確実だ。

建設機械市場は、都市インフラの構築や災害防止など、社会貢献範囲が広く、ポテンシャルの高い市場である。当社はメーカーではないが、世界トップクラスの顧客やサプライヤーを有し、業界で最も知見・ノウハウを持ち、長きにわたる信頼関係を構築している。顧客の声を聴き、世界中のパートナーと一丸になり、新たな価値を創造し、提供そして伝播できる能力を持つ最高の専門商社となりえる。2021年我が国の平均年齢は47.4歳という現実を前提に、正しい戦略を推進し、人材採用と教育を上手く進めれば、大きく飛躍できる企業となり、より多くの顧客に当社独自の価値を提供し、社会に大いに貢献できる。但し、人材採用と教育が上手くできないと、持続的な成長が見込めない構図がある。

商社という業種は、特に人が成長の原点となるが、本格的な改革スタート時の採用市場は超売り手市場。採用市場のピーク2019年は、新卒有効求人倍率1.88倍、中小企業は9.91倍と史上最高の売り手市場となり、中長期的には適切な人材の確保が企業の生命線となることは明白になった。

トモエシステム　働き方改革骨子

中長期予想	・少子高齢化による労働力人口の大幅減少 ・ボーダレスな競争社会の激化
課　題	「社員一人ひとりが生産性を向上し、 イキイキと安心して働ける環境づくり」 「グローバル化に対応できる多様な人材の確保」
コンセプト	「働きやすさと働きがいの追求」
具体的施策	①社員個々の能力を磨き、個性を発揮し、 自己の成長を感じながら仕事にやりがいを感じること ②価値に見合った賃金体系とすること ③より快適な場を提供し、福利厚生制度の充実を図ること

そこで、会社の最大の財産である「社員一人ひとりが生産性を向上し、イキイキと安心して働ける環境づくり」と「グローバル化に対応できる多様な人材の確保」が急務の課題となった。社員レベルを上げ、顧客とサプライヤーとともに共通価値の創造を実践するための前段階として、まずは社員満足度を高めるべく、「働きやすさと働きがいを追求する」施策が必須となった。

６．課題解決の切り口

ニッチ市場の専門商社である当社にとって、企業価値の向上は社員のより豊かな生活を支援することが王道であると考え、課題解決のために数年来改革に取り組んだ。

『働きやすさと働きがいを追求』し、社員満足度を高める次の施策が必要となった。①社員個々の能力を磨き、個性を発揮し、自己の成長を感じながら仕事にやりがいを感じること、②価値に見合った賃金体系とすること、③より快適な場を提供し、福利厚生制度の充実を図ること。社員満足度を高めるには、中期・短期

の想定する業績をもとに、マズローの欲求断層説に従い、衛生要因を段階的に高め働きやすい環境を整えることを第一とした。

次に動機づけ要因である働きがいを高めて、段階的かつ一気呵成に改革を進め、市場で勝ち残るため将来のあるべき姿をしっかりと見据えて各施策を実施した。

７．改革のビジョン

『働きやすさと働きがいを追求』の柱となる戦略は、(1) 賃金制度の改革、(2) 福利厚生制度の充実、(3) 教育訓練の充実、この３つに大別される。道半ばであるが、その骨子および経過を次に記す。

(1) 賃金制度の改革

①賃金改革では、経営の意思を明確にし、平均年収を３ヵ年で20％程度計画的に「上げる」ことを決定してから施策に取り掛かった。改革の遅延は、経営そのものを危うくすると認識し、計画的に取り組み完了することが、会社を発展させ続け生き残る策であることを、社員全員と共有化した。

②能力もパフォーマンスも向上しないが惰性で給与があがる所謂「人材含み損」を生み出す制度を是正し、真の公平性を求め『やれば 認めて 遇する』賃金コンセプトに基づく成果応分支給への移行を図り、上場会社からの中途採用に耐えうる賃金体系へ移行した。

(2) 福利厚生制度の充実

①ワークライフ・バランス：仕事と生活のバランスをとるという誤った定義ではなく、生活の充実によって、仕事の効率・パフォーマンスが向上し、短時間で仕事の成果を出し、プライベートに時間を使う好循環を目指すものとした。

②休日を増やし、有給取得率をあげ、育休100％を掲げ、労働時間削減のためのIT化を進めた。家族で活用できる福利厚生施設も５万ヵ所用意した。また、「大事は理、小事は情」との判断基準で、社会に不合理で法改正が予想されるテーマは先行し法定以上のルールに替えた。出来る限り社員に寄り添い、長期にわたり勤務したいと思える場の提供に心掛けた。

③本社全面改装：薄暗い倉庫とゴミ置き場となっていた本社棟１Ｆを明るい会議室に一新するほか、全面的な改装による物理的な場の変化はもとより、ビジネススタイルや風土の変化も狙う設計とし、思想の転換を狙った。

(3) 教育・訓練の充実

顧客も知り得ぬ解決策を共に探し、顧客との共通価値を創造することが今後の成長テーマとなる。ビジネスマンが習得すべき必須事項を吸収させ、商談相手に委縮せず、当事者意識の高い人材開発を狙い強化継続中。

8．具体的な取り組み内容と成果

NO	項　　目	目標設定段階	目　標　と　結　果
1	休日日数	2015 年 109 日	2022 年 120 日設定目標⇒2021 年 121 日実現
2	有給休暇取得率	2015 年 65%	2019 年 80%目標⇒2019 年、2020 年継続達成
3	時間単位有給休暇	2016 年 40H 導入	初年度より社員に完全浸透、継続
4	育休時短労働	法定通り 3 歳	2019 年 3 歳から法定以上の 6 歳に変更、達成
5	男子育休 100%取得	2019 年社内及び社外宣言	2019 年初年度より対象者全員達成、完全に精度が浸透し、法改正の一助となった
6	労働時間	2015 年以前は残業が目立った	2020 年、月間時間外労働は 11H、ノー残業デーの設置の必要がない
7	物流機能の外注化	2018 年物流業務外注化比率 16%	2019 年 70%、2020 年 80%達成。2021 年完全外注化を計画中
8	賃金制度改革	成果応分給与への移行要求が社員からあり	2016 年制度改革。3 カ年で 20%年収増目指す 2015 年⇒2018 年　平均年収 22.2%増 2018 年⇒2021 年　平均給与 5.1%増
9	賞与支給	明確な基準なし	2016 年目標管理・人事考課制度導入、業務支援目的の管理が徐々に浸透。 5 ヵ年連続決算賞与支給
10	本社全面改装	2016 年スタート	2017 年完成。各事業所も移転、改装、設備投資など完了。隣地に同レベルの社屋建設予定
11	机・椅子の交換	2017 年計画	2019 年以降本社その他の事業所も備品一新
12	飲料無料サービス	2017 年導入	全事業所で達成、全社員活用
13	若手・中堅社員研修	2018 年 3 カ年計画立案	3 カ年でビジネスマン必須の研修受講、2021 年からは業務に関連した知識習得研修等実施
14	海外視察研修	従前から実施	継続実施、2020 年コロナ禍により中断
15	食事会、社員旅行	従前から実施	継続実施、2020 年コロナ禍により中断
16	電子ツールの強化	2015 年基幹システム変更決定	情報共有化ツールの変更、基幹システム変更に大きな遅れ企業成長の要であり課題を残す
17	CI 戦略	順次検討	ロゴ変更、キャラクター・コピー制作
18	ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ活動	2018 年検討	多数認定・表彰あり、本書最終ページに記載

９．取り組み事例の解説

(1) 賃金制度改革

①『やれば 認めて 遇する』賃金コンセプトに基づく成果応分支給への移行をし、これを社内開示した。上場会社からの中途採用に耐えうる賃金体系を意識し、設計通り移行を完了。その成果は、2016年から2018年までの３ヵ年で2015年比社員平均年収を22.2％アップさせ、2018年から2021年までの３ヵ年では月例給を5.1％向上させた。現在も次なる制度設計の模索中。

②コロナ禍により生活様式が一変するなかで、企業もこれまでと同じビジネスモデルでは生き残れない。2020年８月、ウィズコロナを見据えた新人事・賃金制度に改定。組織・階層をフラット化した。成果とコミュニケーションをより重視し『やれば 認めて 遇する』経営の加速化・鮮明化を推進し、真の公平性を反芻しながら働きがい向上に繋げた。成果は、業務のミッションに基づいた経営推進を図り、ダイバーシティ視点で入社年次や国籍・性差など払拭した制度変更を実施した。

③当社の決算時期は４月末である。2020年５月、コロナ禍により業績が昨対比50％強と大幅に落ち込み、３ヵ月先の受注も弱く、先行きの不透明感が充満し、通期赤字がちらついた。この時、前期の業績への社員還元として、夏季・冬季の年２回の賞与に加え、全社員への決算賞与支給をトップが大英断。その賞与原資は月例給の1.3ヵ月以上とし、５ヵ年連続の決算賞与の支給を果たした。

(2) オフィス環境の充実

①2017年、社員の８割以上が勤務する本社の大規模な改装工事を実施、機能性・デザイン性・セキュリティ機能を強化した。世界中の顧客やサプライヤーとのWeb会議を想定し、全会議室にモニターとプロジェクターを設置。コロナ禍では、これが非常に良く機能し、狙いは日々体現することになった。改装を機に、全事業所でコーヒー・紅茶等の飲料を無料提供するサービスも導入。机・椅子を一新し、2020年には個々の机にパーテーションを設置し、安心・安全でプライバシーを保つ空間となった。他の事業所も移転、改装等実施。

②「中身を変える一番の方法は外見を変える」こと。戦略・政策も重要であるが、人を軸に経営するうえでは、「場」の外見変化は、動き出した会社のメッセージとなり、化学変化を速くおこした。

(3) 総労働時間の削減

①休日の増加：2015年から2021年にかけて、休日日数を109日から117日とし、さらに労使協定により一斉休暇を４日間設定（121日）。６年間で12日間増とした。

②有給休暇取得率：2015年65％から2020年80％まで向上。2016年には時間単位有給休暇制度として上限の年間40時間を設定。完全に社内に浸透している。

③労働時間の削減：業務繁忙期には派遣社員を採用し、社員の労働負荷を削減。2018年の高稼働時には社員総数の15％増にあたる派遣社員の大幅採用を実施し、2019年からは入荷・出荷など物流機能をドラスティックに外注化し、２ヵ年で外注比率を16％から80％まで引き上げた。みなし残業20時間を設定する者以外の月間時間外労働は平均３時間、2020年度全社時間外労働平均は11時間となった。

(4) 育休・育児に関する諸制度の整備

①2019年、育児のための時短労働の対象を３歳から法定以上の６歳までに変更した。

②同年、トップより「男子育休100％宣言」を発令、男性育休取得率100％を達成、2021年の法令改正に一役買った。女性社員の産休・育休取得、職場復帰率は従前より100％であったが、男性社員の取得率は０％であった。パパ休暇規程・ママ休暇規程などを整備し、出産手当とは別に育児休業手当を上乗せ。男女とも休みやすい雰囲気をつくるとともに、仕事へのモチベーション向上に繋げた。その後も複数の対象者が男性育休を取得し、浸透した。この取り組みと成果が注目され、新聞社・テレビ局ほか多くのメディアで取り上げられたが、そもそも忌引きとは違って計画的な運用ができ、また、社員間で個々の事情を互いに推し量り支援しあう風土も芽生えており、本制度は何ら苦労することなく浸透した。

(5) 教育訓練の強化

①従前は、新卒の社外研修・社内講師によるテーマ研修等が中心だった。2016年eラーニングを開始し、2018年より３ヵ年計画で社外講師を招き、本格的に若手・中堅を中心としたビジネスマン必須の階層別・テーマ別研修を強化した（実施テーマ:チームビルディング、財務基礎、ロジカルシンキング、課題解決、マーケティング、コーチング・リーダーシップ、プレゼンテーション、プロジェクトマネジメント）。

②2015年～2019年、海外展示会の視察研修を継続的に実施。建設機械の現場をICTで有機的につなぐ自動化・自律化、電動化、遠隔操作化、また、環境対応など次世代開発に繋がる機会を多くの社員に体験させた。

③2021年、多くのPJを同時並行で進めるためのプロジェクトマネジメント研修ほか、品質や図面への特化、また、樹脂素材や金属素材など基礎知識の教育や発表会、さらに近未来の開発テーマなど中長期的な視野に立った教育訓練を集中して実施している。また、全社員対象に簿記３級の資格手当を支給し、一部のマネジャー層にはMBAに近い教育の付与など社員レベルの向上に努めている。

(6) 福利厚生制度の充実

①年間２回の食事会、１泊２日の社員旅行を会社が全額負担し継続。

②2017年よりリロクラブに加入し、社員平均月１回以上の利用実績（他社の５倍強）を持つ。その啓蒙・活用促進のための当社独自企画も実施した。

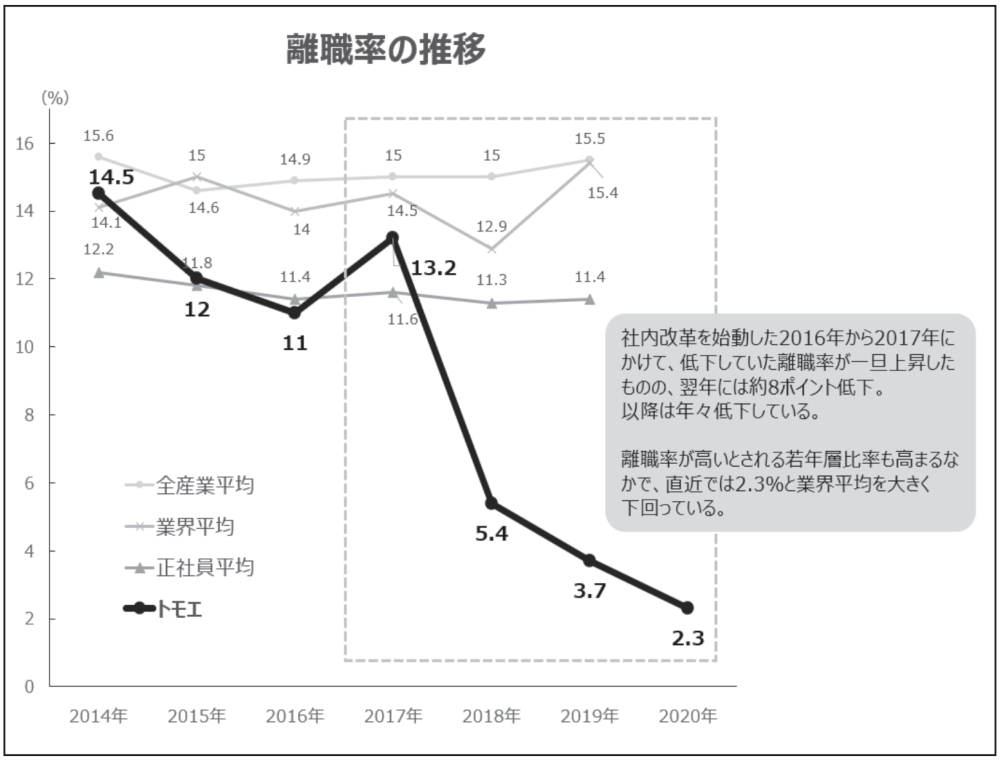
③40歳以上の健康診断では、人間ドック並みの検査項目を会社費用で継続。

10. 取り組みの成果・実績

(1) 離職率の低下

①2014年、当社の離職率は14.5％と業界平均並み。社内改革を始動した2016年以降、離職率は10ポイント（80％）近く下がり、直近では2.3％と業界全体（15.5％）を大きく下回っている。

②一般的には、操業度が高く、若年層比率が高いほど離職率が高まるという傾向があるが、当社の実態はそれとかけ離れている。改革後、離職率の低下に伴い売上高は増加基調にあり、若年層の構成比も高まったが、離職率は低下の一途をたどる。若年層の離職率が低下したことによって、ハローワーク神戸管轄企業で



初となるユースエール認定となった。

③毎年実施しているストレスチェックでは、2019年は全国平均の17％、2020年は24％ストレスが低い結果となった。この検査でのネガティブ要素のほとんどは家庭など個人に起因していた。

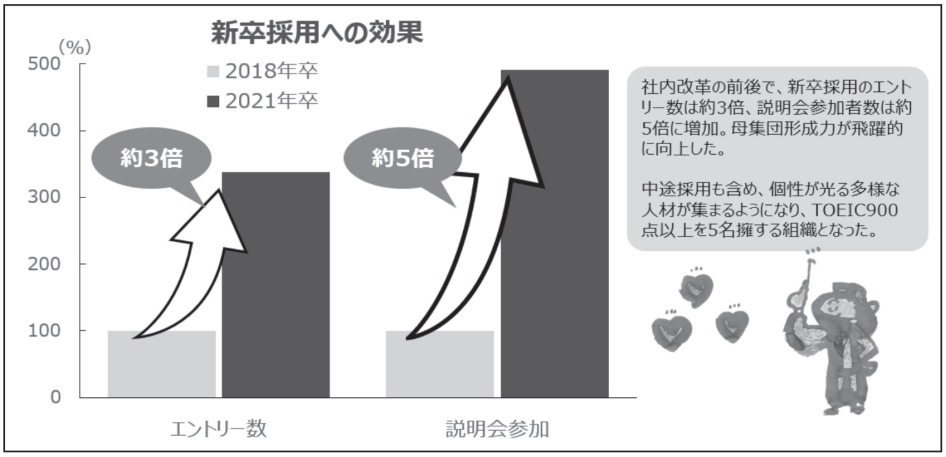
④変化が激しい時代だからこそ、当社のプレゼンスが上がり、社員一人ひとりが働きがいや存在意義を感じ始めているようだ。

(2) 採用力の向上

①中小企業の有効求人倍率は近年９倍前後と非常に厳しくなっているが、改革前後で新卒採用ではエントリー数が３倍、説明会参加人数は５倍に増加している。

②応募者の資質も多様性にあふれ、個性光る人材が多く集まるようになった。「グローバル化に対応できる多様な人材の確保」を課題の一つとし改革を進めたが、TOEIC900点以上の人材を６名（平均947点）擁する組織へと変わり、さらなるグローバル展開への礎が固まりつつある。

③採用力は、企業独自の価値向上とその伝播力が要となる。長期的な視野で優先順位を定め、企業の魅力即ち企業価値を高める策を打っている。



(3) 顧客からの評価による働きがいの実感

①建設機械は、社会貢献に大きく関与する市場である。街中の工事現場で社員自身が取り扱った部品を搭載した建機を目にすることも多い。社員が個性を発揮し、イキイキと働ける職場環境を整えてきたことで、生産性が向上し、一人ひとりが扱う商材や仕事の幅も増えた。

②2020年には世界最大の建設機械メーカーであるキャタピラー社より、「HEDC優良開発表彰」「納品優秀取引先表彰」「最優秀明石事業所表彰」の３冠を受賞した。2021年３月には、コベルコ建機社より品質認定、５月にはプレス工業社より納品優秀賞を頂くなど、商社でありながらモノづくりや品質管理の側面でも多くの評価を頂いた。

③2020年ホワイト企業アワード『価値あるビジネスモデル部門』の受賞もあり、このような当社独自のビジネスモデルが世界トップレベルの企業から認められることで、改めてその社会的な責任を痛感している。社員の働きがいが好業績を生み、また働きがいにつながるという正のサイクルが回り始めている。

11. おわりに

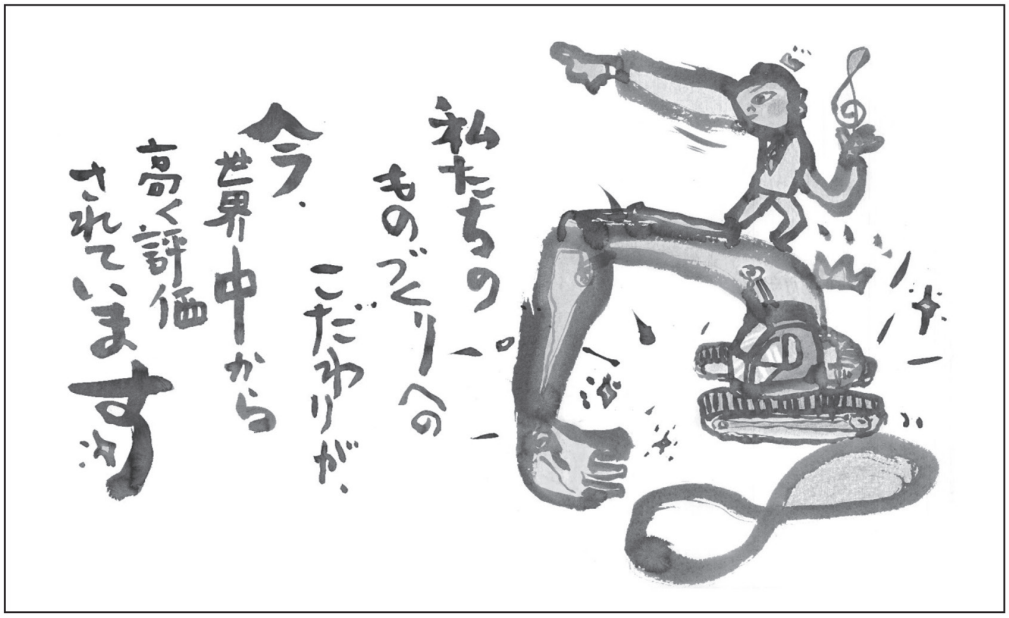
①上記９．(1) ～ (6) は改革の代表的なものであるが、お断りしたとおり大した新規性はなく、政策の面白みもない。あるのは、「社員の幸せ」を第一義とする考え方である。そして当社が他社に勝っているとすれば、あるべき像への清らかな姿勢と派閥がなく小さな組織ゆえのスピーディーな意思決定・実行力、さ

らに純粋なメンバーに恵まれた浸透力である。その分、前向きな失敗も多いが修正するしなやかさを持つ。これらの考え方や強みは、経営トップの属人的な部分がまだまだ強く、風土に染み込んでいない。また、仕組みや運用で乗り越えられるほど柔なものでない。次世代を担う経営層の意識変革と研鑽が重要になる。

②人は、変化を嫌い、抵抗する。企業によって、その期間とレベルの違いがあるだけで、改革や新たな変化は、不平不満が付き物。これを企業の成長痛と心得る。当社の場合は、ネガティブな意見や考え方も右顧左眄せず邁進し、結果を示せば、真の意を汲み、ほどなくポジティブに変わる強さがある。忠誠心や愛社心など鋳型にはめたロイヤリティは求めないが、ベクトルは合わせる。会社は社員を想い、社員は『ともに創る』関係性を重視する感性が徐々に広がっている。

概ね人は、変化への摩擦や抵抗、対峙に弱く、一見優しく自由に見える組織を求めるが、こうした組織は、実は甘く冷たいことが多く、定期的に膿が噴き出すものだ。「厳しいがどこか温かい」、そんな組織を目指したい。

③成長を目指す企業の姿とは、持続的な顧客創造と再投資を図れる生産性が必須である。社員個々の能力を引き出し、個性を発揮できる場を創り、イキイキ、ノビノビ、ハツラツと組織成果を出す働きやすい環境と働きがいを感じる自律した社員をより多く生み出すことが重要だ。「会社は潰れるようにできている」、常に３Ｍ（ムリ・ムダ・ムラ）を取り除き、仕事を合理的でより生産的な業務に進



化させる。その働き方は、百人百様もまた良しとするが、仲良し倶楽部や飯事遊びの甘えた関係を捨てる。正しいプロセスが生む確かな成果を重視する「和して厳しい」真の公平性がないと「社員の幸せ」を到底維持できない。何より経営者は常に経営能力を高め、事業発展させ、また社員個々は一隅を照らす何かに爪を研ぎ、社会貢献への存在価値を高めることだ。

④モノづくりの一端を担う社員たちの責任感と使命感、そして達成感と自負を散見するが、これを自社内だけに留めるだけではなく、ご支援頂いた顧客やサプライヤーなど利害関係者の心の中にも共有することが働きがいを感ずる自律した社員を生む企業成長の勘所と解する。一方で、多くの企業では、社員が日常ある自社の真の強みを充分理解せず、時に自虐的にもなるものだ。会社の想いと社員の受け止め方が反することさえ現実的にはある。社会には正解がないが、当社では、自社の進める改革の方向性や中身を様々な認定や表彰などに挑戦することで、企業姿勢や風土・体質を世に問い、第三者の目を通して客観的に確認している。行政などの冠取得では、非常に厳しい課題が多々あり、この達成が即ち企業価値の向上となり、社員満足度の向上に繋がり、企業競争力を高めると信じる。

『志高く　心やさしく　アホ忘れず』、オモロイ組織を創りましょう！

TOMOE

外部機関認定・表彰等(2018～2021)

NO	認定・表彰等	審査機関等	内容
1	こうべ男女イキイキ事業所	神戸市	2018年認定・表彰
2	働き方改革グロース企業	SMBC、日本総研	2018年認定
3	男性育休100%宣言	厚生労働省	2019年弊社を含む71社の宣言を厚生労働大臣に手渡し
4	ホワイト企業認定	(社)日本次世代普及機構	2019年・2020年認定
5	ＳＤＧｓ企業認定	国際連合広報センター、SMBC、日本総研	2020年1月認証取得
6	ホワイト企業アワード2019	(社)日本次世代普及機構	2019年3月「生産性向上部門」受賞、アワード受賞は兵庫県初
7	ホワイト企業アワード2020	(社)日本次世代普及機構	2020年3月「価値ある事業ビジネス部門」「福利厚生部門」W受賞
8	関西企業フロントラインNEXT	経済産業省 近畿経済産業局	2020年4月　近畿経済産業省HPに弊社掲載
9	中小企業働き方改革	厚生労働省	2020年9月　厚生労働省働き方改革HPに弊社掲載
10	ひょうご仕事と生活推進企業	兵庫県	2020年宣言・9月認定
11	ひょうご応援企業	兵庫県	2020年10月認定
12	Caterpillar 2019年度優秀取引先表彰	キャタピラー・ジャパン(合)	2020年11月　2019年優秀取引先表彰　3冠達成 「HEDC優良開発表彰」「納品優秀取引先」 「最優秀明石事業所表彰」の3部門において受賞
13	Work Story Award 2020	(社) at will work	2020年12月受賞「働きがい、モチベーション、エンゲージメント賞」
14	企業価値認定	経済産業省後援 (社)企業価値協会	2021年2月Value Prize認定
15	ユースエール認定	厚生労働省	2021年2月認定、ハローワーク神戸初の認定
16	健康経営優良法人2020	経済産業省	2021年3月認定取得
17	コベルコ建機 品質認定企業	コベルコ建機(株)	2021年3月　品質認定企業(2021年4月～2023年3月) 品質管理状況　総合評価：A
18	日経新聞 関西タイムライン	(株)日本経済新聞社	2021年3月「育休取ったら手当5万円 神戸市の商社トモエシステム」弊社掲載
19	中小企業の働き方改革 成功読本	厚生労働省	2021年3月厚生労働省冊子「成功読本」取材テーマ別で分かる 50社の改革ポイントに掲載
20	日刊ゲンダイ 人生100年時代の歩き方	(株)日刊現代	2021年3月　テレワーク推奨から1年 見習いたい優良企業と その取り組み　弊社記事掲載
21	令和時代を切り拓く！ 日本のリーディングカンパニー	(株)日刊工業新聞社	2021年4月　「共創」精神で世界に新しい価値を生み出す (関西・中国・四国編50社)　掲載
22	企業価値協会HP Value Prize	経済産業省後援 (社)企業価値協会	2021年4月　企業価値協会HP Value Prizeに弊社特集記事を掲載
23	TV「おはよう朝日です」	朝日放送テレビ(株)	2021年4月　弊社男子育休制度・育児時短勤務制度等 が紹介された
24	ホワイト企業アワード2021	(社)日本次世代普及機構	2021年6月「福利厚生部門」受賞、3年連続アワード受賞
25	読売新聞 企業版　男子育休のススメ	(株)読売新聞社	2021年8月 弊社男子育休制度が紹介された