



パワー

(電力・動力)

2004

春

株式会社 **ホンマ電機**
情報紙47号

発行所
株式会社 ホンマ電機
神奈川県相模原市上鶴間1丁目12-1
電話 042(746)1616(代)
E-mail: honmadenki@jcom.home.ne.jp
発行責任者 本間 俊三



2004年 年頭 あいさつ

代表取締役
本間 俊三

明けましておめでとございます。平成十六年の年明けを迎え感慨新なものがございます。まず、昨年は、私個人として大変多くの方々にお世話になりました。このことを、改めて心より御礼申し上げます。また、お取引先様の変わらぬお引き立てにつきまして、会社を代表しまして

心から感謝申し上げます。

昨年、私はNGOの一員として、

東ティモールのマングローブ植林に参加し、その際、PKOとして派遣された自衛隊の復興活動を見る機会がありました。国連主導の元で、破壊された道路の復旧、橋梁建設などの、主としてインフラ整備を担っており

企業にも同じことが言えます。

自社の利益のみ考えている企業は、社会から排除されつつあります。企業は社会貢献を、そして国家は国際貢献を求められます。そんな時代が既に始まっています。そのよ

いま求められる国際貢献

デジタルテレビ新時代

いよいよスタート

二〇〇三年十二月から、東京・大阪・名古屋の三大都市圏で、地上波デジタルテレビ放送が始まりました。デジタルになってテレビがどのように変わるのでしょうか。NHKの資料や、同首都圏受信技術担当部長梅田氏の講演から紹介します。

テレビは、一丁社会の窓口

地上放送のデジタル化は、電波の混雑緩和と有効利用を図るため、国の方針により行われます。同時に家庭のテレビはデジタル化によってより見やすくなり、簡単な操作で使える情報社会の窓口になっていきます。全国に一億台以上普及したテレビを、今後、全てデジタルテレビにする壮大な事業が始ま

番組選びもカンタンに!

電子番組ガイド(EPG)

総合・教育テレビ、地域放送番組を見やすく紹介する電子番組ガイドもご利用できます。



テレビは、より美しく そして便利に

今や、放送のデジタル化は世界の潮流となりました。デジタル放送には様々な優れた特徴があり、NHKでは、既にニュースの八〇割近くをハイビジョン化し、より美しい画面で番組を楽しんで頂けるよう務めているそうです。更に臨場感あふれるサラウンド、暮らしに役立つデータ放送も可能にな

地上デジタル放送に 関しての多い質問

- ◎今のテレビは使えなくなるの? 答 地上デジタルチューナーを付ければ使用中のテレビが使えます。
- ◎テレビを買い換えるとき、どうすればいいの? 答 一台で現行放送と、デジタル放送の両方受信できるテレビが発売されます。
- ◎家庭で視聴するために必要なのは? 答 UHFアンテナとチューナー、または地上デジタル対応テレビです。
- ◎アパートやマンションで受信するには? 答 UHFアンテナをご使用なら大丈夫です。
- ◎ケーブルテレビの場合はどうなるの? 答 各ケーブルテレビ会社で準備を進めています。お問い合わせ下さい。
- ◎インターネットにもつながるの? 答 一丁機器との相性はとも良く、テレビでインターネットのホームページ閲覧も可能です。
- ◎受信料は高くなるの? 答 今まで通りです。

全国電気工事業全国大会

「平和都市広島から、輝く未来へ羽ばたけ電気工事業」をスローガンに十一月六日(木)、電気工事業者の結束を図る全国大会が広島市にて開かれました。全日電工連徳住郎会長は次のように挨拶しました。

「日本は今、規制改革の拡大促進が進み、各業界の枠を越えた競争など厳しい局面にある。今後、配線工事中心の間接型受注構造から、需要家の立場に立つ提案型技術営業への転換が重要になる。電工連では新技術に対応できる技術者の養成や独自の民間技術認証制度の構築が必要。ビジネスチャンスには電気保全調査業務への取り組みがある」



ホンマ電機の社会貢献

(一) マングローブの植林

当社は、社会貢献の環として(財)オイスカの会員となり、地球環境改善や、途上国で農業支援のお手伝いをしています。

昨年八月には、東チモールインドネシアから独立のマングローブ植林のボランティア活動に



マングローブの植林

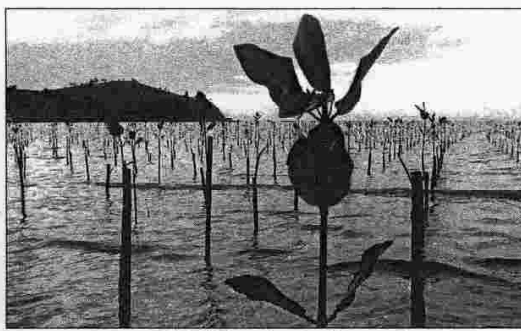
(二) ボーイスカウトの育成

ホンマ電機は二十四年前からボーイスカウト相模原第二団の育成に協力してきました。備品の保管場所の提供や、会議室活動時のトラック提供などです。

現在、本間社長は育成会副会長としてお手伝いさせて頂いています。ボーイスカウトたちの明るく元気な姿は、会社にも活気を与えてくれます。



元気なボーイスカウトたち



植え終わったマングローブ

④3 近況報告

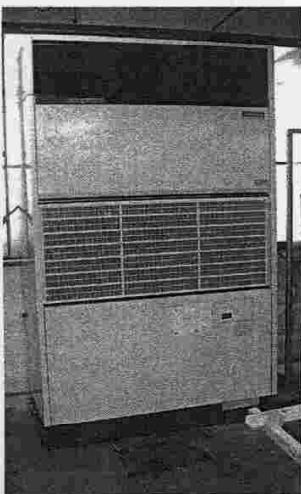
このイメージマークはサイバスタークとして登録されています。



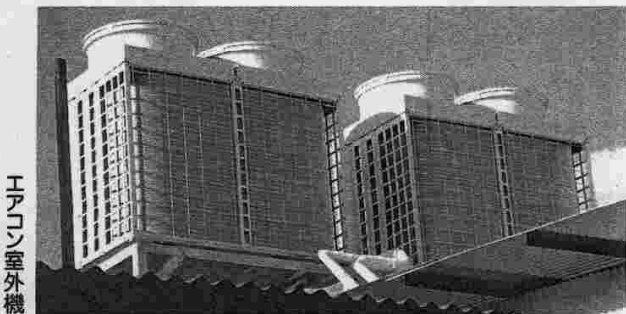
BUSINESS

フィールド

従来方式では冷房を水冷、暖房をボイラで行っていたためシーズンごとに切り替えが必要であり、きめ細かな温度管理が困難でした。ま



パッケージエアコンの室内機



エアコン室外機

精密機械製作や金型製作を主な業務とする(株)トーコー大沼工場(株)トーコー大沼工場(株)相模原市)が、この問題も大きな課題として、生産性向上と製造環境改善に向けた取り組みとして、空調設備を全面改修しました。従来方式では冷房を水冷、暖房をボイラで行っていたためシーズンごとに切り替えが必要であり、きめ細かな温度管理が困難でした。ま

(株)トーコー
大沼工場

空調設備を更新

更新したエアコンは、空冷のため取り扱いが極めて容易で、更に個別空調方式としたことにより、必要な箇所の温度管理が適切にでき、製品の品質や生産性の向上に寄与するものと期待されています。

顧客カルテ活用事例1

30年で1400社。創業以来書き続けた顧客カルテは、お客様の喜びを創造する提案営業の糧

株式会社 ホンマ電機 (神奈川県相模原市) 本間 俊三 社長

現場をサポートする顧客カルテ

最初、エアコンの設置に際し機種、仕入れ日、販売日

工事担当者の責任として始めた顧客カルテ

事業所、店舗、工場、医療施設などメンテナンス中心の展開は「いますぐに」の対応が求められる、その困難を克服。スタッフの輪番体制をも確立し、経営は安定する。

三六五日24時間のサービス体制も確立

「直接お客様に会い技術で喜んで頂く充実感」を優先。結局、メンテナンスへのシフトが景気に左右されない安定経営の要因となり、顧客との信頼関係が全ての仕事の基盤となっている。

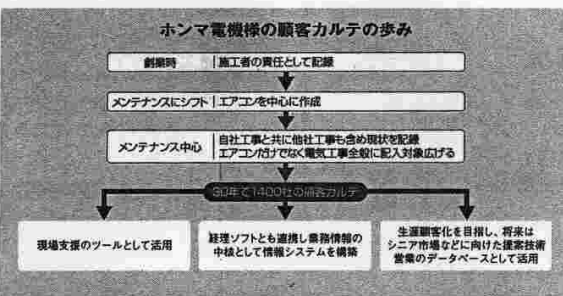
「カルテは現場担当者を支援し、お客様の満足を得るため」

「カルテは現場担当者を支援し、お客様の満足を得るため」

「カルテは現場担当者を支援し、お客様の満足を得るため」

「カルテは現場担当者を支援し、お客様の満足を得るため」

「カルテは現場担当者を支援し、お客様の満足を得るため」



松下電工(株)の電材News2003年11月号(419号)の特集「シニア向け提案営業と顧客カルテの勧め」に、ホンマ電機が「顧客カルテ活用事例」として掲載されました。以下は、掲載された「顧客カルテのおすすめ」を紹介するものです。左記は掲載のタイトル。

メンテナンスに事業をシフト不況に強い経営基盤を築く

主に神奈川県に営業エリアを持つホンマ電機は、メンテナンスを中心に不況時にも関わらず業績を伸ばしている。創業時は請負の屋内電気工事が中心で、好況時の間接受注は安定するが、「直接お客様に会い技術で喜んで頂く充実感」を優先。結局、メンテナンスへのシフトが景気に左右されない安定経営の要因となり、顧客との信頼関係が全ての仕事の基盤となっている。

を記録し不具合に対応。その後修理履歴、自社販売や自社工事外の製品に関して事前に電話でトラブルを予測し、部品を携行する。これが強い競争力の源泉となる。顧客カルテはお客様と共有する貴重な情報

の配置がカルテを充実、継続できた要因と本間社長。シニアのニーズに結びつく新しい提案を

企業ルポ

お客様紹介 ④6



●一流の講師とすばらしい仲間

株式会社カルチャー

相模原市相模大野3-13-7 YSビル6F ☎(042)746-9212 FAX(042)748-9881



代表取締役会長
林 俊雄氏

近隣地域事業所
相模原駅ビルit's5F・古淵ジャスコ3F
つきみ野サティ3F・南林間小田急マルシェ2F
鶴野森(マイ陶房クラブ)
E-mail:culture@culture.gr.jp



本格陶芸教室・マイ陶房クラブ(鶴野森中学校体育館前)・ホンマ電機施工



かな書道講座の講師と受講者、その作品

株式会社 カルチャー
・創業 昭和52年10月
・設立 昭和57年7月
・資本金 7千万円
・代表取締役会長 林 俊雄氏
・代表取締役社長 林 敏幸氏
・年間売上高 42億円(平成15年6月)
・事業所数 53ヶ所
・従業員数 社員120名・パート290名
・事業内容 カルチャーセンターの経営、講師派遣、講座受託管理

スーパーマーケットの来店客をターゲットに、地域密着型のカルチャーセンターを創設して26年。同社は今や、朝日カルチャーなど都市型カルチャーセンターを抜いて業界ランキング3位。世の不況にもかかわらず右肩上がりの業績は注目の的となり、日経ニュース「先・端・人」でも放映されました。

小田急線厚木駅前再開発事業により、駅前での前事業を撤退し、

昭和52年、同駅前にビルを建設、厚木カルチャーセンターとして発足。文化都市を目指した厚木市当局の支援や時代のニーズとも重なり順調に伸展。56年、イトーヨーカドー大船店の開店に伴い、出店の要請を受け、ヨークカルチャーセンターを開設。それが多校化の一步となり、その後、次々と要請により、ジャスコ(株)などの大型ショッピングセンター店内で開講。今では北海道札幌から広島まで、53ヶ所での全国的展開を図り、講師約4,400人、受講者約76,000人が多彩な趣味を楽しんでいます。

相模原カルチャーセンターを例にすると、一般的に人気が高い講座は書道(11コース)・美術(20コース)、他に舞踊・健康・手芸・工芸、生け花・服飾・着付・教養・語学・音楽・趣味・幼児・児童(41コース)etc。

同社の前年比伸び率は日経流通新聞によると5%。カルチャー業界

低迷の中で、同社の業績のみ異彩を放っています。その特色ある運営とは如何なるものでしょうか。

高い生涯学習への意欲を的確に捉え、一流の講師陣のもと時代を反映した講座内容を作り、受講生への真心あるサービスに努めていること。仕事に生きがいをもち懸命に努力する女性店長の活用。ショッピングセンターへの集客効果と買い物による相乗効果に同社の存在価値があること。オーナー会社であること。事業協議会常任幹事の林俊雄会長は「目標はブランドの確立とNHKを凌ぐことです」。



スタンドグラス講座の作品