

“身だしなみ”は 会社を映す鏡!?

「オシャレ手当」制度でモチベーションアップ&人材確保に効果

「オシャレ手当」とは従業員が毎月上限1万円まで、業務や職場で使用する服飾や小物などを会社負担で購入できる制度です。

この制度は、東京都でWebリスクソリューション事業や人材サービス事業を展開する株式会社 ジールコミュニケーションズ

が実施。具体的にはジャケットやスーツ、ネクタイ、シャツなどはもちろん、小物であれば時計、バッグ、メガネ、さらには美容院代、ネイル代、クリーニング代まで、基本的に本人が使用する身だしなみに関わるモノであれば申請可能となっています。

制度を利用して、身だしなみに気を遣う社員の皆さん。気持ちが引き締まり、意欲的に業務に取り組めるそうです。

導入のきっかけは“見た目の大切さ”

制度導入の背景にあるのは「従業員の印象＝会社の印象」、つまり“従業員は自社の看板を背負って仕事をしている”という思い。もうひとつは、“社会人であれば、身だしなみに気を遣うのは当たり前である”という思いです。

これらは、営業職出身である代表自身の経験から生まれたといいます。“身だしなみの細部にまで気を遣うことができる人は、顧客のささいなニーズを見逃さず、顧客からの信頼獲得につながる”。従業員にもそういう人材になってもらうために導入を決めたそうです。

メリットは、「社員のやる気向上」と人材確保における「他社との差別化」

制度導入後、「オシャレ手当」の取得率は毎月ほぼ100%。従業員にとって人気の高い制度となりました。

メリット
01 仕事に対する姿勢が変わり、
ビジネスリスクも回避

新しい服や靴などを身につけることによって、気持ちが引き締まり、その感情が業務へのモチベーションを高めています。さらに相手のことを考えた身だしなみを意識することで、スメルハラスメント(香水・柔軟剤などのおい)による対人トラブルが少なくなったほか、顧客に対して担当者の印象が良くなることで、ビジネスチャンス損失のリスクを減らすことにもつながったそうです。

メリット
02 ユニークな制度で
求職者の興味・関心度が向上

採用活動において、「オシャレ手当」は大きな反響があるとのこと。新卒学生向けの企業説明会でのアンケートでは“オシャレな社員が多く、こんな会社で働きたいと思いました”というコメントが寄せられ、他社との差別化や志望度が高まるポイントになっているそうです。

導入のメリット

好印象な身だしなみが 顧客からの信頼獲得

衣料品から散髪代、化粧品代、美容院代、小物類までビジネスに関連するモノであれば会社が負担。社員から好評で、また求職者からの関心も集めています。

業務への モチベーション向上

会社の志望動機となり 人材確保に結実

求職者の 興味・関心を喚起

課題は、会社規模拡大に応じた適切な制度の運用

制度維持のために課題となったのは、「運用のための仕組みづくり」でした。

この制度が導入されたのは従業員が20名程度の頃。現在では140名近くの従業員が在籍しているため、購入品が手当の対象であるか確認をする作業だけでも、当時の約7倍の工数がかかるようになりました。「購入可能期間のルール変更」や「申請処理の

スムーズ化」など、“運用の仕組みを見直し、アップデートする”ことで対応してきました。

どのような制度においても、“変化を続ける会社環境に合わせて適切な運用”が行われなければ、効果は薄れてしまいます。社員にとっても企業にとっても、良い制度であり続けるための運用が人材戦略において重要になります。

運輸・輸送業も接客業であるため、
“身だしなみに気を遣う”ことを日常的に意識することが重要です。

他社とは異なるユニークな取り組みで、選ばれる企業に!