神戸の老舗ロースター
炭火焙煎の萩原珈琲が発行する機関紙

Vol. 4

# 萩原珈琲ってこんな会社
# 萩原珈琲ジャーナル

## 有休消化

**休めないという「口癖」から、休みたいと思える仕組みへ。**

休めない？休まない？どちらでしょう？
付与日数に対する消化日数の割合は、現在全社平均で（有休）６０％を越えています。部署内で公平に消化できるルールを策定し、積極的に有休消化を取得しています。

## 人口減少勃発

**これからも売り上げは上がるのか？**

2008年をピークに日本の人口は減少に転じており、人口減少時代を迎えています。30年後の2050年には総人口が1億人を切ると言われている時代。消費者が減っていく時代に、売り上げ目標が妥当なのか？変化に対応するために、減収増益を目指した「労働生産性」を目標としました。

## 子育て世代の労働モデル

**有休消化＋残業ゼロ**

子育て世代の働きやすい環境に応じた社員旅行を企画しました。社員研修旅行は「家族参加」日帰りに変更。そして家族やパートナーの参加もOKに。変更後、記念すべき初年度は43人参加しました。（ちなみにその時の社員数は26人でした。）そして全員合同イベントのバブルサッカーを加えました。夏のバブルサッカーは暑くて熱い戦いに！おおいに盛り上がりました。その後鮎つかみ等、さまざまなレクリエーションを催しています。

## 残業ゼロ

**会社のための改革。結果として社員に時間が生まれます。**

労働時間の短縮＝自分の時間の創造となります。ルール作りは、社員間や部署間で決める自由なスタイル。付箋を使用した「業務パズル」を活用します。まずはやってみて「微調整」。成果は「特別賞与」で評価します。現在は、残業時間が一人当たり「ひと月で約20分」に減少しました。

## 労働生産性目標

**売上目標やめます。**

これからは「労働生産性」を目標に掲げます。労働生産性とは、総売上÷全社員の総労働時間のことです。そのため、業務効率の「見える化」をすすめました。社員の労働に対する意識改革を起こさせ、売り上げを伸ばし、労働時間を削りました。減収増益の時代がやってきました。
そのため、目指すべきものを明確にすることが大切と考えています。

## ワークショップ
## 社員の企画会議で決定

**商品づくりや販売方法に「遊び心」**

社員が決める「企画商品」「販売方法」を採用することにより、固定観念や主観性の払拭に挑んでいます。大切にしているのは「遊び心」「客観性への誘導」「奇想天外な発想の許容」。自分たちで決めれば「売る気も満々に」。真面目に遊ぶ企画会議へ。

## 社員でつくる労働デザイン

http://www.hagihara-coffee.com/

HAGIHARA COFFEE