

世界の衛生環境を改善しよう!
みんなにトイレをプロジェクト



LIXIL ができること

豊かで快適な住生活の未来に貢献したい。私たちは2020年までに、
1億人の衛生環境を改善する
 という目標を掲げています。

国産初のシャワートイレを作り、
 日本のトイレ空間を
 快適にしてきたリクシル。
 次は世界のトイレ環境の改善に向けて
 新たな貢献を行っていきます。



プロジェクトへの参加方法

リクシルの一体型シャワートイレ1台ご購入につき、アジアやアフリカの国々へ
 簡易式トイレ「SATO」をリクシルから1台寄付します。



対象商品：一体型シャワートイレ全て

期間：2017年4月～9月

<http://www.lixil.co.jp/minnanitoirewopj/> (3月公開予定)



KAWASEMI NEWS

2017 vol. 9

ナカシマから、お客様への情報誌

特集

スペシャル対談
 2020年東京オリンピック・パラリンピック
 組織委員会理事 手嶋・セキユリテイ・オフィサー
米村敏朗

×
中島誠一郎
 株式会社ナカシマ 代表取締役

- 01 ビジョン&ロゴマークのご紹介
- 03 特集「スペシャル対談」
米村敏朗×中島誠一郎
 — 今の時代の「危機管理」とは —
- 08 取り組み紹介「防災関連事業」
- 09 取り組み紹介「エネルギー事業・売電」
- 10 取り組み紹介「住宅設備機器 TOTOリモデル」
- 11 阪神支店のご紹介
- 13 新入社員・中途入社の方のご紹介
- 14 TOPICS
 回顧展開催報告
 東京支店開設のご案内
 食文化事業「播磨喜水」
- 15 広告

生きるを、支える。

Nakashima & Co.

<http://www.nakashima-corp.co.jp>

ナカシマのfacebookもご覧ください



コーポレートロゴタイプをリニューアルしました。

「商店」から「会社組織」として拡大し、そして「インフラメジャー」へと日々進化しつづけるナカシマ。
ナカシマのこれからの決意を込め、コーポレートロゴタイプをリニューアルしました。

▶ 2016-



■ナカシマのロゴマークの由来

あらゆる生命の源である水。
その神秘のかたち、エネルギーの美しさ。水に恵まれた播磨の地で創業し、水に教わり、水に導かれ、育まれたナカシマの精神。
このロゴマークは、70周年を目前にしたナカシマに息づく無限のエネルギーを表しています。力強く描かれた柔らかな曲線は、ナカシマのダイナミズムと柔軟性を表すNが描かれています。マーク右上部の3つの円は「水のこと、空気のこと、エネルギーのこと」を表現すると同時に持続可能で豊かな人と社会を支えるナカシマの決意の印でもあります。

▶ 1992-2015



■シンボルマーク

Nと葉（環境）をモチーフにして、ナカシマの三つの社是である、対話と信頼、創意と実行、調和と発展を表しています。環境、自然をクリエイティブしていくのは水であり空気である。いい水、いい空気、いい理念をもった人間がいてはじめて環境は素晴らしいものになり成長していく、こういったことをふまえてナカシマの企業理念をまっとうし、フレッシュに活力と調和のある社会を創造していく姿勢を表しています。

▶ 1947-1991



■社章

創業当時のナカシマのロゴマーク

いつの時代もライフラインのそばに。

人を結び、生かしていく先にあるもの。

ナカシマの事業の源泉は、「人と信頼」です。「人」とは、取引先とその向こう側にいる一般のお客様、仕入先、工事会社、従業員とその家族…ナカシマに関わるすべてのステークホルダーの方々のことです。
私たちは「モノを売って終わり」の商売はしたくありません。
お客様にとっての最適解を提案したり、マーケティングしたり、調達したり、選んだり、また人と人、あるいは人とサービスを結び、生かすことで、満足その先の価値を常に提示していきたいと考えています。
きっと、その積み重ねが信頼や新しいビジネスの種を育てていくのだらうと思います。



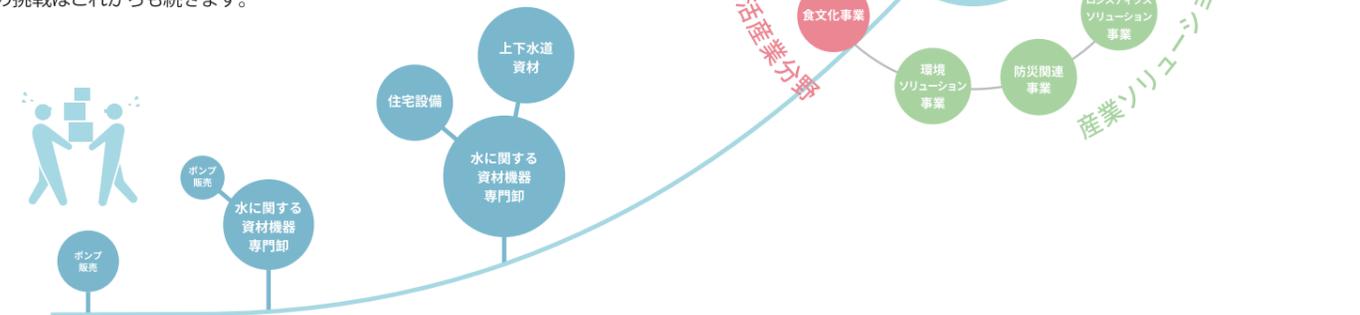
生き残りをかけて、強い企業をつくりたい。

激動の社会を生き抜き、これから100年も200年も存続する企業であるためには、どうすれば良いのか。
私が思うに、生き残り戦略に大切なことは「強く」あることです。この場合の「強さ」とは、まず一人ひとりが主体性をもって創造的に行動できる個の強さ。さらに個人が連携して相乗効果を生み出す集合知としての強さを発揮できることが望ましい。時代の変遷に適応する柔軟性や、異なった価値観を許容する多様性も必要となるでしょう。
経営者としては、一人ひとりが力を最大限に発揮できる環境と挑戦を尊ぶ風風を社内に確立したいと思っています。
もちろん企業が生き残っていくためには、まず社会から求め続けられなければなりません。私たちは全身を研ぎすませて、時代の息吹とお客様の声に耳を傾ける必要があります。



ライフラインのインテグレーターを目指して。

私たちに、大きな夢があります。たとえば水源確保から水供給、インフラの維持・運営、上下水道施設の建設・管理までの水ビジネスを民間企業がトータルで請け負う「水メジャー」の存在は、海外では一般的です。しかし、日本ではまだ水メジャーに相当する企業はありません。私たちは既に、水ビジネスの上流から下流までの全てのプロセスにおいて、実践的なノウハウを積み重ねてきています。ナカシマは、水とエネルギーを含めたインフラをトータルでインテグレートすることを目標に掲げています。ライフラインを支えることは、暮らしをうるおわせ、人々を笑顔にすること。
それは、ひいては新しい生活文化を創造することにも結びつくと思っています。かけがえのない地球環境を守り、水とエネルギーの未来をつくるために、ナカシマの挑戦はこれからも続きます。



スペシャル対談

今の時代の「危機管理」とは



中島誠一郎

桐蔭学園高校を経て、92年早稲田大学人間科学部へ入学。在学中はラグビー部に所属し4年次には主務としてチームのまとめ役に。全国大学選手権準優勝。卒業後は野村証券株式会社に入社。99年自分の可能性を広げるために映画「故郷」プロジェクト、プロデューサー補として日本中を駆けまわる。プロジェクト終了後はイングランドへラグビー留学、00年姫路に戻り、実家の株式会社ナカシマに入社、08年3代目として同社の代表取締役役に就任し売上を倍増させる。またラグビーでも国内有数の強豪・六甲クラブに所属、同チームの理事長を務める。16年兵庫県ラグビー協会書記長就任。2019ラグビーワールドカップ神戸大会の運営にあたる。

株式会社ナカシマ
代表取締役社長

中島誠一郎

米村敏朗

公益財団法人
東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会
理事／チーフ・セキュリティ・オフィサー

米村敏朗

1974年に警視庁入庁後、主に警備公安畑を歩み、外務省出向(在ユーゴスラビア連邦大使館1等書記官)も経験。秋田県警本部長などを経て、1998年小渕恵三内閣の秘書官に就任。警視庁では、公安部長、警視庁長官官房審議官(警備局担当)、大阪府警察本部長、副総監などを歴任し、2008年第87代警視総監に就任。2011年から第17代内閣危機管理監、2014年からは内閣官房参与を務める。現在、2020年東京オリンピック・パラリンピック組織委員会理事に就任し、安全・テロ対策を統括するチーフ・セキュリティ・オフィサーを兼任。

今の時代の「危機管理」とは

水、空気、エネルギーなどライフラインの総合商社として事業活動に取り組むナカシマでは、ライフラインの緊急時に備えた防災関連商品のご提供を主とする防災関連事業を展開しています。災害という危機から身を守るには、個人として、組織としていかに考え、動くべきなのか？

警視総監や内閣危機管理監を歴任され、現在は東京オリンピック・パラリンピックのチーフ・セキュリティ・オフィサーを務める米村敏朗様と、中島誠一郎社長が語り合いました。

危機管理とは「想像と準備」である。

中島 本日は、危機管理の専門家として第一線で活躍してこられた米村さんに、ぜひ危機管理の極意についておうかがいしたいと思います。

米村 私はかつて内閣で危機管理を担当し、現在は2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて安全・テロ対策を統括する任にあたっておりますが、世の中にはテロや自然災害、疫病の流行など、実に様々な危機があることを痛感しています。なかでも日本で最も現実起こる確率が高い危機といえば、地震、台風、ゲリラ豪雨を含めた自然災害です。一人ひとりにとって、今そこにある危機だと言えます。

私は常々申し上げているのですが、危機管理とは、つまるところ「想像と準備」につきると考えています。どういう事態があり得るかを「想像」したうえで、それに対処するためにはどう「準備」が必要か、という話です。

中島 私は東日本大震災の後に石巻市を3回訪れ、復興活動に携わりましたが、震災直後の何も無い風景に言葉を失いました。津波の爪痕を見て、「果たして、誰がこの状況を予期できたのだろうか」と。それに、人は想像もしなかった危機に直面すると、パニックになってしまうように身体が動かない場合があります。ましてや、年配の方や子どもたち、身体の不自由な方はどうだろう。そう考えると、あらゆるケースでの「想像と準備」を描いておかないと、難しいですね。

米村 本当にその通りで、まず「想像と準備」が大切なのは大前提ですが、その準備が現実に機能するかは別問題。「想像」して、「準備」して、「ハイ終わり」じゃだめで。訓練も含

めてテストを重ねて、実践で機能させられるレベルまでもっていかねばなりません。ロンドンオリンピックのセキュリティを統括したロンドン警視庁元副総監とお話した際に、「実地の訓練も含むあらゆるテストングを行った。最初の計画通りの警備をしていたらまず失敗していた」というんですね。常に検証してこそ、危機管理の意味が生きてくる。

中島 準備してもし過ぎることはないということですね。ただ人間には、いやなことは見て見ないふりをする面があるように思います。「地震が起きると思うか？」とアンケートをとると、全員が手を挙げるんです。でも、「今日起きるか？」と聞くと誰も手を挙げない。起きるのはわかっているけど、今すぐはないだろうという心理なんですね。

米村 私も危機管理の実務を通して、「ウィツ

シュフルシンキング」、つまり希望的観測の心理に何度か遭遇しました。危機管理においては正確な情報に基づく客観的分析が不可欠ですが、危機の第一報はだいたい実際より小さく見積もってやってくる。重大な事態でも「できるだけそうであってほしくないな」という願望的思考のもとに、情報を小さくとらえようとするのが人間の本質です。誰だって、嫌なことはできるだけ避けたいものです。

中島 人間のそういった心理も踏まえて危機管理をしなければ、ということですね。世界全体に占める日本の災害発生の割合は、マグニチュード6以上の地震回数が20.8%だというデータがあります。それを私たち一人ひとりが実感としてわかっているかどうか…。防災訓練も、「起きてから逃げる」の訓練だけ



「忘れないこと」が合言葉です。危機管理に終わりはありません。



でなく、先ほどおっしゃった「準備」の部分をしっかりとするべきだと思いますね。

防災は、「パートナーシップのプロダクト」

中島 私自身も東日本大震災と熊本地震の復興支援に関わってきて、水道やガスなどのインフラがストップし、「トイレに困る」「お風呂に入れない」といった日常生活が制限されるつらさを目の当たりにしました。上下水道や空調の関連部材を扱うナカシマの存在意義として、緊急事態の際にインフラに代替する防災グッズを取り扱うべきでは、という想いが出発点となり、防災関連事業を立ち上げました。

米村 それはまさにあるべき姿だと思いますね。東京オリンピック・パラリンピックのセキュリティ構築を進めるにあたって、キーワードは「パートナーシップのプロダクト」だと私は申し上げています。要するに、あらゆる関係者の力をパートナーシップの形で結集した成果物がセキュリティであると。あるいは、オリンピックという巨大な事業そのものが「パートナーシップのプロダクト」だと言えます。防災に関しても同様で、官民学が一体となってそれぞれの立場と強みを生かし、パートナーシップをもって防災というプロダクトを生み出していくべきです。

中島 私たちも、防災というプラットフォームをともに構築する心づもりで事業を進めています。国や自治体がフレームワークをつくり、それでカバーできない部分を私たちのような企業が担当すればよい、という考え方で



ナカシマでは、防災セットから非常食、トイレ・衛生用品、応急手当用品まで、6,000点以上の防災グッズを取り扱っています。防災事業に参入する企業は数あれど、ここまで充実した製品カタログも珍しいのではないかと自負しています。

個人と大きな仕組み、両輪での危機管理を。

米村 様々な国の危機管理の実情を見ていると、危機管理も一つの文化だと思えてきますね。そもそも、個人や民族、組織、国によって危機に対するとらえ方と、それに対する責任配分の考えがまったく異なります。

中島 よくわかります。私はラグビーをしていて様々なスポーツを鑑賞しているのですが、ある競技の外国人監督が日本のチームを「個々の判断力が弱い」と評しているのを何かで見かけました。過度に便利な生活環境と協調性を尊ぶ風土のせいで、判断力や決断力が育ちにくいのではないかと。

米村 危機管理も、まずは一人ひとりの意識が大事だろうと考えています。目の前に危機が降りかかってきた時、いざ対処しないとイケないのは個人ですから。また、現場の危機に対処

するにあたって、現実問題として国や自治体が細部まで把握できるわけではありません。少人数のユニット単位で適宜判断し、修正を加えながら対処していく必要があります。

中島 そうなると、現場のチームのリーダーの役割も重要になってきますね。

米村 一人ひとり及びユニットの意識、大きなフレームでの仕組みづくり、これらがうまくかみ合っただけで、初めてきちんと危機管理が機能するのだと思いますね。

ゼロスタートで、マイナスを最小限に。

米村 日本で危機管理という考えが出てきた当初は、「管理できないから危機じゃないか。管理できるんだったら危機ではない」という声も聞こえてきたものです。この発想は間違っていて、手に負えないから高みの見物を決めこむのではなく、何とかして管理すべきなんですよ。危機管理は、100点満点のうち何点とればよいというものではありません。0点からスタートしてマイナス点をいかに最小限に食い止めるか。だから、意識して「想像と準備」をすることが必要なんです。

私が警視総監を務めていた時に部下に言っていたのは、「今、首都直下型地震が起こったら、どう対処するか。1日に1回は考えなさい」ということ。「なぜですか」の問いに、「災害は忘れた頃にやってくるというじゃな

「自分ごと」として危機に備えることこそ、未来は変わります。

危機意識は「生まれるもの」ではなく「つくるもの」



れるもの」ではなく「つくるもの」だと思っています。

中島 お話をうかがっていると、企業経営との共通項が実に多いです。経営者の視点でいうと、すべてが危機管理です。政治・経済の動きから環境資源や人口減少の問題まで、企業の存続を脅かす危機になり得ます。ナカシマでは、将来の社会を見すえた課題解決型の事業がどんどん生まれ、成果も徐々に

出てきています。そういう意味では、危機意識も経営を推進するエンジンになっているのかな、と。

米村 そうですね。要は、「将来どんなことが起こりうるか、しっかりと考えていこうね」ということが危機感そのものなんです。でも、しかめっ面して「危機意識を持ちなさい」と朝

から晩まで言われると、誰だってイヤになっちゃう(笑)。自分で長年やっていてそう思いますね。

昔、小淵恵三内閣の時に秘書官を務めていて、小淵元首相に警視庁を訪問される際に渡す色紙の代筆を依頼されたんですよ。漢語辞典までひいて一生懸命考えた案をいろいろとお持ちしたんですが、結局採用いただけなかった。で、元総理が書かれた一言が「備えあれば憂いなし」。非常にシンプルなんです。でも、よくよく考えたらその通りだなと思いました。だから私は、危機管理という得てして身構えがちですが、単純に「想像と準備ですよ」とお伝えしています。一人でも多くの方に、「あ、なるほどね」と思ってもらえたらうれしいですね。

中島 本日は貴重なお話をありがとうございました。

いか。忘れなきゃ来ないんだ」と返しました。これは嘘や冗談ではなく、ある意味本当なんです。忘れようが忘れまいが、地震は起こり得ます。しかし、起こった時にどう対処するかというシミュレーションと検証を平常時から重ねておくことで、被害を最小化することは可能です。ですから、危機意識というのは「生ま



「将来どんなことが起こりうるか
しっかりと考えていこうね」
これが危機感そのものです。

米村 敏朗

あなたの会社は大丈夫？

防災に備えてますか!?

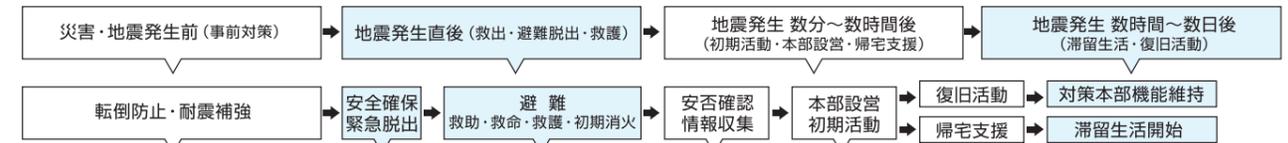


ナカシマでは防災関連事業も行っています。

ナカシマでは非常食や衛生用品、非難用品など様々な防災商品6,000点以上を取り扱っておりますので必要なものが全て揃います!

ナカシマオリジナル
防災カタログ

実際、どんなものを準備しておけばいいの？



必要な災害用品

<p>キャスター移動防止用品</p> <p>免震システム 敷くだけの免震システムは、どんな地震も震度4以下に</p> <p>飛散防止フィルム+UVカット (夏涼しく、冬あたたかい)</p> <p>落下防止用品</p>	<p>なげる消火器 火災発生時に現状に向けて投げ込むだけ!</p> <p>防煙マスク</p> <p>蓄光板 停電時でも避難経路を示してくれる</p> <p>アピアガード(防水板) 電機を使わず水の力を利用し、自動で上昇</p>	<p>帰宅支援セット 交通機関が麻痺した時の帰宅支援セット</p> <p>トランシーバー</p> <p>発電機</p> <p>防水型LEDソーラーランタン 折りたたみ可能で超軽量! 最大12時間連続点灯</p>	<p>非常用トイレ 災害時にトイレの不足問題は大きなストレス。いざというときに簡単に使用可能!</p> <p>保存水</p> <p>食料品セット</p> <p>蓄電システム 持ち運び可能なポータブル蓄電システム</p>
--	---	---	---



- 背の高い棚や事務機器だけではなく、避難経路に面している棚や事務機器も固定していますか?
- 過去に移動させた棚や事務機器も要注意です。
- 停電、火災を想定できていますか?
- 避難経路を確保できていますか?
- 停電になっても使えることを確認していますか?
- 燃料・電源は確保していますか?
- 帰宅支援セットは準備されていますか?
- 人数×必要日数分が揃っていますか?
- 水・食料・トイレのバランスは取れていますか?
- 食料品の賞味期限は切れていませんか?

『防災あんしんライフパック』のご案内

必要なものを選んで詰め合わせ!ナカシマ オリジナルサービス

当社オリジナルカタログより商品を選べ!

- 〈商品名〉井村屋 保存用 えいようかん 「1個」
〈保存期間〉賞味期限 5年
- 〈商品名〉ロッテ歯みがきガム ノータイム (NOTIME) 「1個」
- 〈商品名〉美味しい防災食 鮭粥 「1個」
〈保存期間〉5年保存
- 〈商品名〉富士山/バナジウム ウォーター保存水 500ml 「3個」
〈保存期間〉5年保存

- 〈商品名〉美味しい防災食 1枚入り 「1個」
※この中から1種類取り混ぜになります。
- 〈商品名〉非常・屋外用トイレ レティット 1枚入り 「1個」
〈セット内容〉便袋 1枚 吸水シート 1枚
- 〈商品名〉レスキューシート 「1個」

お客様がセレクトされた商品をオリジナルリュックに詰め合わせして常備完了!

御社の電気代

上がっていませんか？

エネルギー事業部 久野/市村までお問い合わせください。

お問い合わせは

TEL.079-263-7877
FAX.079-287-9234

知らなきゃ損する!? 電力自由化で電気料金コストダウン。

BEFORE
電力自由化前

現在のご契約内容	新電力のご契約内容
基本料金 従量料金	DOWN 基本料金 従量料金
再生可能エネルギー 発電促進賦課金	再生可能エネルギー 発電促進賦課金
燃料費調整	燃料費調整

「コストをお安くします！」

事例1	業種 テナントビル	契約電力 86kW	負荷率 24.6%
切替前 419 万円/年	切替後 389 万円/年	年間削減 30万円	
事例2	業種 テナントビル	契約電力 239kW	負荷率 33.1%
切替前 1,535 万円/年	切替後 1,472 万円/年	年間削減 63万円	
事例3	業種 テナントビル	契約電力 576kW	負荷率 34.1%
切替前 3,850 万円/年	切替後 3,720 万円/年	年間削減 130万円	

電力自由化で
コスト
ダウン

AFTER
電力自由化後

例えば、御社が今まで一般電気事業者から購入されていた電気。これが関西電力のような一般電気事業者の独占状態だったので、設備品・修繕費・人件費のコスト高が電気代の値上げにつながっていました。

2000年以降の電力自由化により、新電力(小売電気事業者)から電力を安く購入できるようになっています。(2016年4月から完全自由化で一般家庭も対象となります)電力自由化により一般電気事業者だけではなく、新電力(小売電気事業者)の自社発電や一括調達した競争力ある電力を購入できるという選択肢が増えていくのです。

6割以上のお客様が

現在お支払いの電気料金を
2%~10%
に成功しています。

※お客様ご自身の電力供給のご提案をさせていただく際に、お客様の使用形態に関するデータをご提示頂きます。
※お客様の現在の電力会社との契約内容により、お安くすることが難しいケースもございます。ご了承ください。

Q&A

よくある質問!

新電力に切り替える
デメリットはありませんか？

Q 電力は安定的に供給されますか？

A 関電など一般電気事業者(関西電力)が管理する現在の送電線を利用するので電圧・電波・周波数は従来通り。安定的に電気を供給します。

Q 停電復旧など対応の遅れはありますか？

A 復旧対応等は現状と変わりません。一般電気事業者(関西電力)が停電しない限り、独自の停電はありません。

Q 新電力へ切替える費用はかかりますか？

A 導入コストは0円です。

Q 現在と大きく変わる点はありますか？

A 電気料金の支払先が、一般電気事業者(関西電力)から(株)ナカシマに変わるだけです。

お客様の省エネ、環境、コストダウン対策のために各種システムをご提案致します。

当社ではシステムインテグレーターとして、導入前診断、設計、施工メンテナンスまで、ワンストップサービスをご提供。環境ビジネスの推進と省エネ提案などを通して低炭素化社会に向けて取り組んでいます。



事業内容 / 太陽光発電システム・メカソーラー・燃料転換・バイオマス / RPFボイラスコージェネシステム・LED照明・省エネ照明器具・デマンドコントローラーなど
小売電気事業者番号: A0339 関連会社 / 株式会社ナカシマエナジー



まずはどれぐらい
電気料金が安くなるか
シュミレーションを!!
電気会社から送られた「電気料金計算内訳書」を
直近1年(12ヶ月分)をご用意してください。

まずは、
ご相談ください!
電力会社の直近1年間の請求書データなどをもとに、電気料金が下げられるかを試算します。

- 無料** 見積り内容と契約内容に合意頂いた場合、成約になります。
- 制約**
- 申込書受領** 電気受給契約を切替するために、お客様から承諾書などの書類をいただきます。
- 各種手続き** ナカシマが電力会社への切替え申し込みを代行させて頂き、電気受給契約を締結します。
- 供給開始** 申し込み後、3~4ヶ月程度でナカシマの供給が始まります。

工期短縮、コストダウン

和式トイレをスピーディに
洋式トイレへ変更

設備営業部 住設課直通 吉田までお問い合わせください。

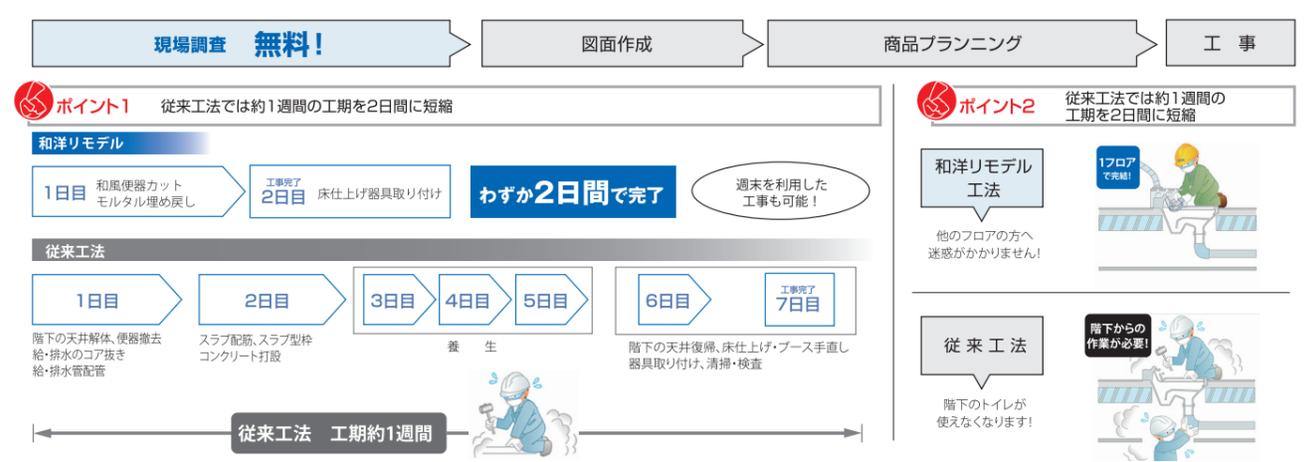
お問い合わせは

TEL.079-280-9414
FAX.079-287-9234



和洋リモデル工法 TOTO の特許工法です。

ナカシマはTOTOの和洋リモデル工法の施工が出来るライセンス取得しています。



TOTOの特許工法
和洋リモデル工法とは 簡単かつ安全な洋式化への工事が可能になり、
2日間の短工期&1フロア工事で、従来の問題点を解決いたします。



採用事例

オフィスビル

Before: テナントビルで重要なトイレ空間。洋式便器への改修で、明るく衛生的な印象に。

After: ウォシュレット付きの洋式トイレ。快適な使用感を実現

学校

Before: トイレの改修は衛生教育の一環。休み中にできる短工期が決め手に。

After: 限られたスペースが広く感じられるコンパクトな便器

After: 省スペースに適したスリムな手洗い自動水栓

ナカシマのフロントランナーとして、 新しいことの発信源でありたい。



暮らしに密着した商材を ご提案。

住設特販部では、キッチン、バス、洗面、トイレなどの住宅設備機器を主力商品として、建築会社・工務店や施主の方々にご提案しています。神戸市中央区に阪神支店 住設特販部が設立されたのは、2007年のこと。当時は住宅設備業界ではナカシマの認知度はまだ高くなく、競合他社が数多い神戸で一から基盤を築き上げてきました。

提案力とスピードで勝負!

手ごわいライバルと常に切磋琢磨してきた住設特販部のモットーは、「提案力」を高めること。仕入先メーカー、および納入先の建築会社、工務店、設計事務所の方々と積極的にコミュニケーションを図り、アンテナを張って最新情報をキャッチし、お客様のニーズや時流にマッチしたスピーディな提案を心がけています。

どんなご要望も 大歓迎。

競合他社との差別化を図るポイントは、古川弘樹支店長によると、「多品種の商材を提案できる幅の広さとネットワーク」。70年の歴史のなかで上下水道、空調、衛生、エネルギーに関連する商材提案や工事において豊富な実績を重ねてきたナカシマのリソースを存分に活用しています。どんなご要望やご相談にも「ノー」と言わず、全力でお応



えしていく。「ナカシマに頼めばなんとかなる」と思っていただけの理想です。

ウエルカム支店へようこそ!

合言葉は、「ウエルカム支店になろう」。お取引先の方々が気軽に立ち寄れるような、オープンであたたかな雰囲気づくりに努めています。メンバーは仕事に前向きで明るく、チャレンジ精神にあふれた強者ぞろい。ナカシマのフロントランナーとして、新しいビジネスのタネを求め続けています。



VOICES

部員からのメッセージ

KEYWORDS 住設特販部を知る

多品種商材

取扱商品の幅広さはピカイチ! 「ナカシマさんは何屋さん?」というお声も数多くいただきます。住設特販部では、それは「ほめ言葉」です!



ネットワーク

ネットワークは人脈と情報。設立から10年間で築き上げたご縁は、住設特販部の財産です。あちこちから入ってくる情報も、次のビジネスのヒントに。

フロンティア精神

時代によって変わるライフスタイルに合わせて、自らも進化し、挑戦する気概を最重視。先入観や慣習にとられない自由さと開拓者精神がウリ。

VISION 住設特販部の未来像

東京や名古屋進出を視野に入れ、 まずは関西一を目指したい。

住設機器を切り口に、ナカシマ全社で取り扱う多種多様な商材を、お客様のニーズに沿ってご提案していきたいと考えています。



そのためには、一人ひとりが「暮らしや水まわりの総合商社」という意識で業務に臨むことが大切です。多品種の商品知識の勉強も欠かせません。未経験の分野や商材へのお問い合わせにも「できるかな」とひるむことなく、チャンスに変えて、自分たちの可能性も広げたい。住設設備機器の代理店として関西一を目指し、ゆくゆくは東京や名古屋進出も果たしたいですね。

阪神支店長
住設特販部 部長 古川 弘樹

住設特販部の概要

- 業務内容 >
- 住宅設備機器の販売・施工
 - オリジナルキッチンの製作
 - 住宅設備機器の輸入販売
 - オフィス家具、医療・高齢者ケアホーム家具の販売
 - 太陽光発電の設置販売

- 取扱商品 >
- システムキッチン オリジナルキッチン キッチンパーツ
 - ユニットバス 浴槽 ジャグジー 洗面化粧台
 - システムトイレ 床暖房 オフィス家具 介護バス・洗面台
 - パラソルヒーター(レンタル) 立体駐車場 エレベーター
 - その他多数

プロジェクト室
室長 鷹尾 和照

「道なきところに道をつくる」が私の信条。この歳になると「今ある道を壊し、新しい道に作り変える」という役割もありません(笑)

バブルで人脈も広がり、花道の師範という一面も!

設備営業部 武部 恒平

お客様の隠れたニーズも引き出して、ワンランク上のメリットと感動を提示したいですね。売ってほしいことかな、と。

頼まれるとイヤと言えないムードメーカー

工事担当 土屋 伸一郎

現場管理に携わって25年。初心を忘れず、誠実な対応をいつも心がけています。どんな現場もおまかせください。

真面目で誠実な人柄と仕事ぶりに定評あり

係長 木下 将也

何でもアリで自由な阪神支店です。新しいビジネスやおもしろいことを、先発隊としていつも発信し続けていきたいですね。

ガッツは一人一億、頼れる配管のマスター

事務担当 長谷川 ありさ

九州生まれで、お酒は何でも「ほどほど」にたしなみます。日々の業務が円滑に進むよう、笑顔と前向きな姿勢を忘れずに。

宴会で大人気、とにかく対応が魅力

営業担当 島田 健太

入社2年目でまだまだ知識不足ですが、先輩方をお手本に、明るく活気のある営業マンを目指しています。頑張ります!

明るくて度胸もかなり、期待の大型新人

new employee 2017

新入社員・中途入社社員の紹介

- ① 自己PR(一言)
- ② 仕事に対する意気込み
- ③ 趣味・休日の過ごし方



トリス ショウタ
鳥津 祥太 <大阪支店>

①鳥津(しまず)ではなく、鳥津(とりず)です。
②一日でも早く、お客様としてナカシマの役に立てるように頑張っています。
③休日はひたすらダラダラしています。最近体がだらしくなってきたのでぼちぼち運動始めます!



ナカシマ ギンジ
中島 銀二 <姫路本社>

①人に優しく、自分にも優しくをモットーに日々生活している中島です。
②設備営業部には、今年から配属されましたが1日でも早く同期の営業マンに追いつき追い越します。
③カタログを開き、取扱商品を覚えています。



クノ マイコ
久野 舞子 <姫路本社>

①マイペースな性格ですが、多くのことにチャレンジしていきたいです。
②まだまだミスも多く教えてもらってばかりですが、周りから頼ってもらえるような存在になれる様頑張ります!
③出かけることが好きで、最近はカフェ巡りにまっています!



イマナカ リカ
今中 里香 <大阪支店>

①取り柄は声の大きさと、どこでも笑えることです!元気いっぱい頑張ります。
②常に笑顔で元気良く!テキパキ仕事ができるように頑張っています!
③最近ダイエットでランニングと縄跳びを始めました。今年の夏までに5kg痩せて海に行くことが目標です!



カコ ケンスケ
加古 健介 <姫路本社>

①真面目な性格なのでこれからも頑張っていきたいと思います。
②若さで周りを活気づけられるように頑張ります!
③友達とよく飲みに行っています。



ゴウダ ジュンペイ
合田 潤平 <姫路本社>

①取り柄は「まじめ」なところです。丁寧に仕事をしていきたいです。
②モチベーション高く、常に成長を求めて色んな経験をしていきたいです。
③よくドライブや飲みに行ったりします。③草野球をして体を動かしています。



シマダ ケンタ
島田 健太 <阪神支店>

①島田健太です。「しまけん」って呼んでください!なかなかマイペースで気分屋です。
②まだまだ知識不足ですが、早く覚えて臨機応変に動く営業マンを目指します。
③よくドライブや飲みに行ったりします。銭湯も好きです。



マツモト リコ
松本 理子 <播磨喜水>

①いつでも明るく元気が取り柄です。常に笑顔で心がけ、頑張ります!
②社内・社外共に信頼してもらえる人間になれるように、何事も一生懸命取り組んでいきます。
③食べることを動かすことが大好きです!おいしいものを食べて、リフレッシュ!



イケウチ ナオ
池内 奈央 <播磨喜水>

①明るく元気で楽しいことが大好きです。楽観的な性格ですが、周りの人がポジティブに仕事ができるように頑張ります。
②まだまだ周りの皆さんに迷惑をかけてばかりですが、チームワークを大切に頑張りたいと思います!
③映画を観たり、買い物をするのが好きです。



フクシマ マサト
福嶋 将人 <津山営業所>

①今年20歳。基本大人しい性格ですが、ポジティブ思考です!!
②さらに商品知識を高めみなさんの役に立ちたいです。
③ほば家に居ません。友達と賑やかに遊んでいます。



フジモト ナナコ
藤本 奈菜子 <姫路本社>

①ポジティブシンキング♪明るく元気なところが取り柄です。「北風と太陽」の太陽のような存在になれるよう頑張ります!
②少しでも皆さんの力になれるよう、また皆さんを笑顔に出来るよう現状に満足せず頑張っていきたいです!
③映画鑑賞、カフェ巡り、色んなところへ出かけるのが好きです!



よろしくお願いします!

TOPICS

ナカシマ70周年記念 「中島御幸回顧展～世界を旅して～」

創業70周年記念事業として中島御幸回顧展～世界を旅して～を開催したところ700人を超えるみなさまにご来場いただきました。

中島御幸は会長職となった2007年から水彩画の絵筆を取り、大型客船「飛鳥II」で世界を旅しながら心静かな安穏とした世界観のある作品を制作してまいりました。

約8年に及ぶ水彩画、素描、プライベートな品々など50点余りを展示いたしました。拙いながらもその作品に込めた調和・誠実さ・平和への祈り・芸術の果たす役割や重要性といったメッセージを本回顧展でお伝えできたと思います。

ご参加いただいたみなさまへ心から感謝するとともに、みなさまのよりよい人生の一端となれば幸いです。



きちんと、夏のご挨拶

お世話になっている方に日頃の感謝の気持ちを伝えたい。そんな時は、夏の思い出を演出する播磨喜水の贈り物はいかがでしょう。ご家族みなさまで思わず笑みのこぼれる、楽しいひと時をお楽しみください。



お中元ペアセット
3,000円 送料込・税込

品番 SP-2

- 外寸 約20×21×2.5cm
- 特定原材料 小麦粉、大豆
- 【セット内容】
白(5束 250g×1ケース)
プレミアム(国産小麦100%) (5束 250g×1ケース)



お中元プレミアムセット
4,500円 送料込・税込

品番 SPA-3

- 外寸 約30.5×22.5×2.5cm
- 特定原材料 小麦粉、大豆
- 【セット内容】
白(5束 250g×1ケース)
赤(5束 250g×1ケース)
プレミアム(国産小麦100%) (5束 250g×1ケース)



特撰桐箱セット
7,000円 送料込・税込

品番 IB-SSAP

- 外寸 約22.6×20.7×5.5cm
- 特定原材料 小麦粉、大豆
- 【セット内容】
白(5束 250g×2ケース)
赤(5束 250g×1ケース)
プレミアム(国産小麦100%) (5束 250g×1ケース)

KISSUI 播磨喜水

■お問い合わせ
商品に関するお問い合わせやご購入についてはお気軽にご連絡ください。

☎ 0120-507941 播磨喜水 姫路店
受付時間 10:00～18:00 (日・祝・年末年始除く)

