

MANAGEMENT BY CLEANING

(Rassegna Stampa – Press Review 2013)

MANAGEMENT BY CLEANING
Sconfiggere la crisi con il nuovo dirompente Sistema Giapponese

Aula Magna Facoltà di Medicina
Brescia 23 Maggio 2013

Un evento patrocinato da:

Con il sostegno di:



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BRESCIA

GRUPPO DI RICERCA IN SUPPLY CHAIN & SERVICE MANAGE
Università di Brescia – Dip. di Ingegneria Meccanica ed Indu



雑誌：ロジスティック・マネジメント

LOGISTICA Management

NEWS

Convegno Management by cleaning

クリーニングによるマネジメント大会



02-05-2013

Durante il convegno “Management by Cleaning: Sconfiggere la crisi con il nuovo dirompente sistema Giapponese”, che si terrà giovedì 23 Maggio dalle 15.00 presso l’Aula Magna della Facoltà di Medicina di Brescia, si discuterà approfonditamente dei principi del Management partecipativo e dei benefici derivanti dalla sua applicazione. L’evento è organizzato dall’Università degli Studi di Brescia, in collaborazione con CSMT (www.csmt.it) e con l’Associazione Culturale italo-giapponese Fuji. Oltre alla partecipazione di Rosario Manisera, presidente dell’associazione Fuji, vi saranno testimonianze di imprenditori giapponesi (Kagiyama Hidesaburō - Fondatore azienda Yellow Hat e Associazione Learning by Cleaning e Yoshihito Tanaka - Presidente Gruppo Nakayama) che spiegheranno come questo nuovo sistema abbia portato benefici all’interno della propria azienda. Presenteremo inoltre il nuovo libro di Hidesaburō Kagiyama Hidesaburō ‘Toilet cleaning management: una dirompente strategia manageriale’, a cura di Tamiharu Kamei e Rosario Manisera.

トイレ掃除の芸術

L'arte di pulire i bagni

di **MASSIMO LOLLI**

C'è chi teorizza il management per obiettivi, il management attraverso i valori, il management situazionalista, il management visionario. Ci sono guru a stelle e strisce che sostengono che il management è follia, e studiosi nostrani convinti che in Italia non si lavora a matrice, ma alla amatriciana. Ma nessuno si era mai spinto ad affermare che pulendo i cessi si diventa imprenditori. È la tesi di Hidesaburo Kagiyama, autore di "Toilet Cleaning Management", in uscita per l'editore Guerini e Associati. Hidesaburo è nato povero, in Giappone; oggi è

Presidente di una multinazionale di successo, la Yellow Hat. «Come ha fatto?», ci chiediamo. «Personalmente non ho alcuna competenza superiore a quella degli altri - dice di sé Hidesaburo - non ho neanche una abilità speciale negli affari. Anche nelle relazioni mi trovo a disagio, e non ritengo di avere alcuna forma di leadership». Ma allora come è riuscito ad avere successo? «Penso che lo debba al fatto che ho continuato, con perseveranza e coerenza, la pulizia dei bagni».

Ecco dunque il segreto del toilet cleaning management: la perseveranza, il

mettere costantemente in pratica ciò che è semplice e ciò che è facile, la consapevolezza che le cose ovvie e scontate, se non messe in pratica, se non agite, se non concretate, non sono né ovvie né scontate. È questa la differenza fra l'artista e l'imprenditore: l'artista fa cose che nessuno ritiene di saper fare, l'imprenditore fa cose che tutti pensano di saper fare, e che nessuno fa. E che nessuno fa perché non trova il coraggio. Forse perché lo cerca nel posto sbagliato: «Gli occhi possono lasciarsi prendere dal panico ma nelle mani c'è coraggio».●

«Se l'azienda è in difficoltà il top manager faccia le pulizie»

BRESCIA La tua azienda è in difficoltà? Datti alla pulizia, in ufficio e nell'ambiente che lo circonda. E mica «pulizia» in senso metaforico: parliamo di quella che si fa armati di scopa, paletta e olio di gomito. Sembra uno scherzo, invece è una ricetta anticrisi nata e cresciuta in Giappone. «La pulizia aiuta a formare le persone e a cambiare le aziende», è il motto di Hidesaburo Kagiyama, imprenditore classe 1933, «padre» di quella che ormai è una nuova teoria di management. L'attività di pulizia - svolta da tutti, dal top manager all'impiegato ed all'operaio - modifica il clima lavorativo e la cultura aziendale: crea spirito di squadra e favorisce la condivisione delle idee. Ma può la pratica dell'uso dello straccio risolvere le sorti delle aziende bresciane morse oggi dalla crisi? La risposta è nel convegno organizzato da Università degli studi di Brescia, Csmt e dall'associazione culturale Fuji, dal titolo «Management by Cleaning: sconfiggere la crisi con il nuovo dirompente sistema giapponese». «L'Occidente ha una storia caratterizzata dal confronto ruvido tra top manager e maestranze», ha spiegato ieri alla conferenza stampa di presentazione Marco Fava, professore di Logistica a Brescia. «Però conoscere il concetto di "management partecipativo", ed il metodo giapponese può essere uno strumento per passare dalla teoria alla pratica». Tanto più che il tessuto economico bresciano è composto per lo più da imprese di taglio medio e piccolo, più inclini alla creazione di un ambiente di lavoro partecipativo. Proprio confrontando i modelli imprenditoriali (nostro e giapponese) si aprirà il prossimo 23 maggio l'incontro, alle 15, presso l'Aula Magna di Medicina. L'applicazione del «sistema pulizia» sarà illustrata da Kagiyama e dall'imprenditore Yoshihito Tanaka.

Jennifer Riboli

Management by cleaning: «un modello per le Pmi 中小企業のモデル»

IL CONVEGNO. Il 23 obiettivo sulla «pulizia democratica» in azienda

Dal Giappone un sistema che «aiuta a fare squadra»

23日の大会、企業に於ける「民主的な掃除」 - 日本からチーム作りのシステム



E se l'efficienza aziendale passasse anche attraverso la «pulizia democratica» di uffici e stabilimenti? Quello che a primo acchito potrebbe sembrare uno scherzo è in realtà un sistema di gestione partecipato molto in voga in Giappone. E dalla prossima settimana sarà «a disposizione» anche delle aziende bresciane. Grazie all'iniziativa messa in campo da università statale cittadina, Csmt e Associazione culturale Fuji, il «management by cleaning» approda sul territorio: sarà al centro del convegno destinato a ospitare proprio le aziende che, del nuovo paradigma gestionale, sono state le fondatrici e le prime beneficiarie. E con ottimi risultati, almeno stando alle dichiarazioni degli esperti, che parlano di realtà riuscite, grazie alla nuova impostazione, a uscire dalle secche della crisi nipponica degli anni '90 e rilanciare il proprio business.

«Condividere quotidianamente le mansioni di pulizia dell'azienda aiuta a sviluppare la capacità di fare squadra e superare la dicotomia tra imprenditore e operaio», spiega il docente di Logistica Industriale della Statale di Brescia, Marco Perona, che ritiene il modello giapponese (ampiamente diffuso in quel Paese) «applicabile anche a quello delle Pmi lombarde. Perché - spiega - aiuta a comprendere che il datore di lavoro e gli addetti non sono due parti contrapposte, ma componenti di un unico meccanismo volto alla creazione di benessere e ricchezza». «La pulizia aiuta a formare le persone e cambiare le

imprese», gli fa eco il presidente dell'associazione Fuji, Rosario Manisera, parafrasando le parole di Hidesaburo Kagiyama, fondatore della Yellow Hat Corporation (quotata alla Borsa di Tokyo) e ideatore del nuovo metodo. E aggiunge che, «in un momento di difficoltà, guardare a sistemi diversi può costituire un importante punto di riferimento, a maggior ragione se l'esperienza maturata altrove mostra di avere ottimi risultati sotto il profilo aziendale e sociale».

Il convegno, in programma giovedì 23 maggio alle 15 nell'aula magna della Facoltà di Medicina di viale Europa 11, vedrà gli interventi degli organizzatori Manisera e Perona; a seguire le testimonianze portate dallo stesso Kagiyama e del suo «seguace», Yoshihito Tanaka, presidente del gruppo Nakayama che, da tempo, applica il «management by cleaning» in una delle sue più importanti realtà, la Tokai Shin'ei Electronics. Seguirà una tavola rotonda che verrà come protagonisti l'economista Marco Viale, il presidente di Intergreen spa, Andrea Calubini, e l'amministratore delegato di Pulitori e Affini, Stefano Consoli. La partecipazione è libera previa iscrizione on line su www.csmt.it.

Angela Dessì

© RIPRODUZIONE RISERVATA



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BRESCIA

ブレシャ大学

<http://www.unibs.it/eventi/convegno-management-cleaning>

Convegno "Management by Cleaning"

「クリーニングによるマネージメント」大会

Giovedì 23 Maggio alle 15.00 presso l'Aula Magna di Medicina si terrà il primo evento in Italia dedicato al tema della pulizia intesa come metafora e strumento concreto ed efficace per migliorare, soprattutto in periodo di crisi, le aziende e la società nel suo insieme. L'iniziativa, organizzata dalla nostra Università e dal CSMT, in collaborazione con Fuji, analizzerà la modalità di gestione aziendale utilizzata da due imprenditori giapponesi di successo Hidesaburō Kagiya e Yoshihito Tanaka, costruita sulla diffusione dell'ideale e del valore della "pulizia", come strumento semplice ma efficace per migliorare le imprese e la collettività. Attraverso la testimonianza degli ospiti si cercherà di comprendere come sia possibile per l'impresa, attraverso la pulizia, motivare il personale e elevare il livello della qualità dei prodotti e dei servizi, ridurre i costi, potenziare la sicurezza, prolungare la vita degli impianti e migliorare il conto economico. Dopo una breve introduzione di carattere culturale a cura di Rosario Manisera, presidente dell'Associazione Fuji, e di Marco Perona, professore di Logistica industriale presso l'Università degli Studi di Brescia, vi saranno le testimonianze degli imprenditori giapponesi Kagiya Hidesaburō e Yoshihito Tanaka che presenteranno l'origine e l'applicazione quotidiana del "sistema pulizia" nelle loro aziende con i benefici che ne hanno ricavato. Seguirà una tavola rotonda con la partecipazione di Marco Vitale, Andrea Calubini e Stefano Consoli che illustrerà la possibilità e le modalità di implementazione di questo sistema nel nostro paese. Al convegno sarà presentato il nuovo volume di Hidesaburō Kagiya, Toilet Cleaning Management - Una dirompente strategia manageriale, a cura di Tamiharu Kamei e Rosario Manisera, pubblicato da Guerini e Associati.

L'evento è organizzato con il sostegno di Intergreen e Pulitori ed Affini.

Per l'iscrizione gratuita al convegno, maggiori informazioni sul sito del CSMT o al numero 0306595111.



Centro Servizi Multisetoriale e Tecnologico 多分野サービスとテクノロジーセンター

<http://www.csmt.it/it/processi-gestionali/item/397-save-the-date-23052013-management-by-cleaning.html>

23.05.13 Management by Cleaning: pulire per affrontare la crisi

クリーニングによるマネジメント：危機に立ち向かうために清掃すること

Giovedì 23 Maggio dalle 15.00, presso l'Aula Magna della **Facoltà di Medicina** di Brescia (Viale Europa 11)

si terrà il convegno gratuito

Management by Cleaning

Sconfiggere la crisi con il nuovo dirompente sistema Giapponese

organizzato da Università degli Studi di Brescia, CSMT e l'Associazione Culturale italo-giapponese Fuji

Dal **Giappone** una nuova teoria manageriale per affrontare la crisi coinvolgendo tutti nelle attività di pulizia, dall'Amministratore Delegato all'operaio.

Oltre alla partecipazione di **Rosario Manisera**, presidente dell'[associazione Fuji](#), vi saranno testimonianze di imprenditori giapponesi (Kagiyama Hidesaburō - Fondatore azienda Yellow Hat e Associazione Learning by Cleaning e Yoshihito Tanaka - Presidente Gruppo Nakayama) che spiegheranno come questo nuovo sistema abbia migliorato l'ambiente e il clima aziendale e aumentato il coinvolgimento dei lavoratori e dei manager.

Per [scaricare](#) la locandina dell'evento clicca su [Management by Cleaning](#)

L'evento è organizzato con il supporto di [Intergreen](#) e [Pulitori ed Affini](#).

L'evento è patrocinato dalla federazione [AFIDAMP](#), ente che riunisce le associazioni operanti nel settore della pulizia professionale e dell'igiene degli ambienti.

Per iscriverti gratuitamente clicca [qui](#).

Durante l'incontro parleremo dei principi del **Management partecipativo** elaborata all'interno del **Gruppo Nakayama**, teoria con la quale la società ha superato la grande crisi che stava vivendo. Le aziende del Gruppo, con un fatturato colato a picco, sono state in grado di rimettersi in piedi grazie alla pratica della 'pulizia condivisa'. Durante il convegno vedremo insieme cosa si intenda per Management By Cleaning e come si possano coinvolgere tutti nelle attività di pulizia: dal Presidente all'impiegato.

Durante la tavola rotonda infine si discuterà sulla possibilità di applicare questa teoria anche alle aziende bresciane. In molte aziende italiane, specialmente del Nord Est, a livelli diversi vengono applicati alcuni principi della pulizia diffusa: il Management by cleaning è però un passo ulteriore e coinvolge anche il vertice aziendale.

Per informazioni: info@csmt.it

> 17-05-2013

Management by Cleaning

Dal Giappone una nuova visione del sistema aziendale che mette al primo posto la pulizia dell'ambiente lavorativo, dal quale si riflettono miglioramenti in tutti gli aspetti aziendali. Si terrà giovedì 23 maggio a partire dalle ore 15 presso l'Aula Magna della Facoltà di Medicina (Viale Europa 11) a Brescia "Management by Cleaning", un incontro con alcuni imprenditori giapponesi illustreranno i principi del Management Partecipativo che hanno portato il Gruppo Nakayama fuori da una profonda crisi e spiegheranno come il Management by Cleaning abbia comportato il coinvolgimento e l'impegno in prima linea del Presidente e dei manager. Al convegno, organizzato con il supporto di Intergreen e Pulitori ed Affini, sarà presente anche Rosario Manisera, presidente dell'associazione culturale italo-giapponese Fuji.

> **17-05-2013**

Management by Cleaning

From Japan comes a new corporate system where the workplace cleanliness ranks first and impacts on all other company aspects. The meeting "Management by Cleaning" is scheduled for Thursday May 23rd at 15h00 at the Aula Magna of the University of Brescia (Viale Europa 11). Some Japanese entrepreneurs will show how Participative Management has driven the Nakayama Group out of a deep crisis and will explain that the group's President and managers took the lead in the Management by Cleaning system. Rosario Manisera, president of the Fuji Italian-Japanese cultural association, will be present at the meeting, organized in collaboration with Intergreen and Pulitori ed Affini.

Source: csmt.it

http://www.facealuminium.com/ENG/other/news.asp?id_news=8848

<http://www.solvingefeso.com/index.php?m1=News>

Hidesaburō Kagiya presents his book on Management by cleaning in Italy, Milan, at Solving Efeso

21st of May 2013 at 6 pm

ウェブサイト：ソービングエフェソ社

With the author will intervene Rosario Manisera, editor and translator of the book, published by Gueirini e Associati, and Yoshihito Tanaka, Tokai Shinei Electronics' President. Virginio Peluzzi, Vice President of Solving Efeso, will moderate.

The meeting will have place at Solving Efeso headquarters in Via Vincenzo Monti 47.

The **management by cleaning**, in its shocking clarity, in Japan is now employed as a management theory, but first of all it is a real philosophy of life: **never neglect "what it is easy" or "what it is simple"**, in the continuous effort to recover and collect those things the others throw away. Is nothing but a way of looking at life and discovering its value.

Since the beginning Kagiya's company has been managed through a participative management based on cleaning. His **'cleaning movement', in recent years, has spread to other companies**, proving particularly effective in times of crisis. But not only. Kagiya is also the inspiration and the sensei of the "Association to make Japan beautiful" which works to create a social environment more pleasant and cohesive.

"Toilet cleaning management", in the typical forms of Japanese literature and culture, day by day, month by month, for a full year, provides a concise and efficient reflection, able to summarize a basic concept, often ignored, which could be the key to overcome the crisis, **"Eyes can panic but in the hands there is courage"**.

Hidesaburō Kagiya presenta il suo libro sul Management by cleaning in Italia, a Milano, presso Solving Efeso, il 21 di Maggio 2013 alle 18.00.

Con l'autore intervengono Rosario Manisera, curatore e traduttore del volume, edito da Guerini e Associati, e Yoshihito Tanaka, presidente Tokai Shinei Electronics. Introdurrà Virginio Peluzzi, Vice President di Solving Efeso. L'appuntamento è presso la sede di Solving Efeso di Via Vincenzo Monti 47.

Il management by cleaning, nella sua disarmante schiettezza, in Giappone è ormai assunto come teoria manageriale, ma prima di ogni cosa è un'autentica filosofia di vita: non trascurare mai "ciò che è facile" o "ciò che è semplice", nello sforzo continuo di recuperare e raccogliere le cose che gli altri gettano via, non è nient'altro che un modo di guardare alla vita e di scoprirne il valore. Fin dagli albori l'azienda di Kagiya è stata gestita mediante un management di tipo partecipativo basato sulla pulizia. Il suo movimento della pulizia, negli ultimi anni, si è esteso ad

altre imprese, rivelandosi efficace soprattutto nei momenti di crisi. Ma non solo. Kagiyaama è altresì l'ispiratore e il sensei della «Associazione per rendere bello il Giappone» che opera per creare un contesto sociale più piacevole e coeso.

“Toilet cleaning management”, nelle forme caratteristiche della letteratura e della cultura giapponese, giorno per giorno, mese per mese, per un intero anno, presenta una riflessione, concisa ed efficace, capace di riassumere un concetto fondativo, spesso ignorato, che potrebbe costituire la chiave di volta per sconfiggere la crisi: “gli occhi possono lasciarsi prendere dal panico ma nelle mani c'è coraggio”.

ウェブサイト：文化協会、イタリアにおける日本

From: <http://www.giapponeinitalia.org/toilet-cleaning-management-di-hidesaburo-kagiyama/>

Toilet cleaning management di Hidesaburō Kagiyama

Silvia Pagano



TOILET CLEANING MANAGEMENT

Una dirompente strategia manageriale

di Hidesaburō Kagiyama

Guerini e Associati

In libreria dal 2 maggio

Titolo originale: Ichinichi Ichiwa Ningen no migakikata – Sōji no tetsugaku – Jinsei no kokoro

一日一話 人間の磨き方・掃除の哲学・人生の心得

Da umile venditore ambulante a presidente di un'azienda di successo. È la storia di Hidesaburō Kagiyama.

Dopo un'infanzia dura e in assoluta povertà Hidesaburō Kagiyama lascia la famiglia e si trasferisce a Tokyo. Nel 1963 inizia la sua faticosa e solitaria avventura come venditore ambulante. Da allora sono trascorsi 50 anni, più e più volte si è trovato sull'orlo del fallimento e non si possono contare le volte in cui è stato deriso, ignorato, preso in giro e si è sentito un miserabile.

Nonostante ciò, Kagiyama non ha mai perso la speranza nella vita. A chi volesse avere la ricetta del successo, risponde con semplicità: "Penso che lo debba al fatto che ho continuato, con perseveranza e coerenza, la pulizia dei bagni."

Kagiyama, classe 1933, oggi presidente della Yellow Hat, una multinazionale di successo, è un uomo schivo e modesto. Nella prefazione al “Toilet cleaning management”, edito per la prima volta in Italia da Guerini e Associati, afferma con estremo candore “Personalmente non ho alcuna competenza superiore a quelle degli altri. Non ho neanche un’abilità speciale negli affari, né una particolare scaltrezza. A essere franco, anche nelle relazioni, mi trovo a disagio e non ritengo di avere alcuna forma di leadership. Non trovo nessun’altra ragione, perché una persona mediocre come me sia riuscita a continuare le attività di business fino ad oggi, al di fuori del fatto che attraverso la pulizia dei bagni ho perseverato, in un modo quasi impossibile a tutti, nel compiere ciò che chiunque può fare”.

Il management by cleaning, nella sua disarmante schiettezza, in Giappone, è ormai assunto come teoria manageriale, ma prima di ogni cosa è un’autentica filosofia di vita: non trascurare mai “ciò che è facile” o “ciò che è semplice”, nello sforzo continuo di recuperare e raccogliere le cose che gli altri gettano via, non è nient’altro che un modo di guardare alla vita e di scoprirne il valore. Fin dagli albori la sua azienda è stata gestita mediante un management di tipo partecipativo basato sulla pulizia. Il suo movimento della pulizia, negli ultimi anni, si è esteso ad altre imprese, rivelandosi efficace soprattutto nei momenti di crisi. Ma non solo. Kagiyama è altresì l’ispiratore e il sensei della «Associazione per rendere bello il Giappone» che opera per creare un contesto sociale più piacevole e coeso.

“Toilet cleaning management”, nelle forme caratteristiche della letteratura e della cultura giapponese, giorno per giorno, mese per mese, per un intero anno, presenta una riflessione, concisa ed efficace, capace di riassumere un concetto fondativo, spesso ignorato, che potrebbe costituire la chiave di volta per sconfiggere la crisi: “gli occhi possono lasciarsi prendere dal panico ma nelle mani c’è coraggio”.

L’editore è lieto di comunicare che l’autore di Toilet cleaning management sarà presto in Italia. Il 21 maggio alle ore 18.00, Hidesaburō Kagiyama presenterà il libro presso la Solving Efeso, in via Vincenzo Monti 47, a Milano. Interverranno Rosario Manisera, curatore e traduttore del volume, e Yoshihito Tanaka, presidente Tokai Shinei Electronics. Introdurrà Virginio Peluzzi.

Al CUOA gli imprenditori giapponesi del “Management by Cleaning” マネージメント・バイ・クリーニングの日本企業家、クオアへ



Appuntamento di prestigio al **CUOA Lean Enterprise Club**.

Mercoledì **22 maggio** dalle ore **16.00** si svolgerà nella sede della Fondazione CUOA – Villa Valmarana Morosini ad Altavilla Vicentina (VI), l'incontro dal titolo **"MANAGEMENT BY CLEANING: sconfiggere la crisi con una nuova dirimpente strategia manageriale Giapponese"**. In anteprima italiana intervorranno **Hidesaburō Kagiyama** e **Yoshihito Tanaka**, imprenditori giapponesi di successo che stanno diffondendo la rivoluzionaria strategia manageriale basata sul **valore della “pulizia”** come strumento semplice, ma efficace, per migliorare le imprese e la società civile.

I due capitani d'impresa del Sol Levante, riportando la loro esperienza in Management by Cleaning, offriranno **soluzioni innovative** su come ridurre i costi, migliorare la sicurezza sul luogo di lavoro, prolungare la vita degli impianti, gestire il conto economico, elevare il livello della qualità dei prodotti, migliorare i servizi e, soprattutto, **motivare le persone**, il principale valore di ogni organizzazione. Il tutto grazie alla **“via della pulizia”**, così definita da Hidesaburō Kagiyama. Non si tratta solo di rendere più bello e decoroso l'ambiente in cui si lavora e si vive. E' invece una vera e propria **forma mentis**, una filosofia di vita che nelle aziende diventa metodo rigoroso di management per migliorare la comunicazione tra i membri dell'azienda, generare fiducia, rendere felici gli altri.

L'evento è realizzato dal **Lean Enterprise Club** in collaborazione con l'**Associazione Culturale Fuji**. Questo il **programma**:

- ore 15.45 Registrazione dei partecipanti
- ore 16.00 Apertura dei lavori e presentazione degli ospiti
- ore 16.15 Esperienze dei fondatori, Mr. Hidesaburō Kagiyama - Fondatore azienda Yellow Hat e Associazione Learning by Cleaning e Mr. Yoshihito Tanaka - Presidente Gruppo Nakayama
- ore 18.00 Conclusione dei lavori
- ore 18.30 Aperitivo

Il **Lean Enterprise Club** della Fondazione CUOA è nato nel 2006 da un gruppo iniziale di aziende fortemente motivate alla creazione di un **centro di eccellenza** sulle tecniche e la cultura **Lean**. Il Club realizza periodicamente incontri istituzionali con esperti di valore a livello nazionale e internazionale, approfondimenti su tematiche verticali, iniziative formative e percorsi di specializzazione. Entrare nel Lean Enterprise Club significa contribuire alla **definizione e realizzazione di un progetto ambizioso** e di grande importanza per le aziende del territorio nazionale che credono nell'innovativa filosofia manageriale del Lean.

Per informazioni e per l'adesione al Lean Enterprise Club tel. 0444 333760, e-mail leanclub@leancenter.it

«Pulizia d'impresa Così si guidano 2mila dipendenti»

『企業のクリーニング、2000人の従業員をこのように指導』

L'INCONTRO AL CUOA. Presentato il metodo Management by Cleaning

Kagiyama: «La differenza non la fanno i grandi investimenti, ma la gestione delle risorse disponibili»

23/05/2013



Yoshimoto Tanaka e Hidesaburo Kagiyama, ieri al Cuoa di Altavilla

È possibile creare un colosso imprenditoriale da oltre 1 miliardo di euro di fatturato con più di 2 mila dipendenti privilegiando alle strategie del marketing e della finanza tout court la filosofia, rigorosamente orientale? Hidesaburo Kagiyama, quasi 80 anni tra pochi giorni, non ha dubbio alcuno, la sua risposta è sì. Anzi, è proprio sui principi etici, sulla pazienza dell'insegnamento e la costanza dell'applicazione di valori quali l'unità del gruppo e soprattutto la pulizia dell'azienda che si possono raggiungere fatturati tanto alti e obiettivi così prestigiosi. E quello che è stato ribattezzato "Management by cleaning" è il metodo proposto da Kagiyama ai manager del Cuoa, ieri, nel corso di un appuntamento in cui il capitano d'impresa del Sol Levante ha spiegato come proprio partendo dalla pulizia della propria azienda si possa persino arrivare a sconfiggere la crisi economica. «Quando si entra in percorsi negativi come quelli provocati da una grave crisi - spiega il manager nipponico - spesso si perde di vista la propria missione aziendale, invece sarebbe

sufficiente fermarsi e guardarsi dentro e riscoprire quei valori che magari si sono dimenticati. Perché la differenza, alla fine, non la fanno i grandi investimenti, piuttosto la gestione delle risorse che si hanno a disposizione. E non si dovrebbe tanto guardare agli altri e a quelli che possono fare per noi e per la nostra impresa, ma le nostre forze». E Hidesaburo Kagiya può parlare a ragion veduta, visto che nel 1991 l'economia giapponese è andata incontro a una delle più grandi crisi economiche della sua storia, molto simile a quella che l'euro-zona (e in genere l'economia occidentale) sta attraversando in questi anni. «Da certi momenti si esce stando tutti insieme: dai vertici aziendali e quindi dai top manager alla base», prosegue Kagiya. Che poi aggiunge: «Ho quindi deciso di coinvolgere tutti i miei dipendenti partendo dalla pulizia dell'azienda. In questo modo ci si rende conto di cosa realmente accade in tutti i diversi settori e anche come lavorano i colleghi. Inoltre, attraverso questo metodo di lavoro si possono ridurre i costi e quindi migliorare i conti». E allora la “via della pulizia” è diventata una vera e propria filosofia e forma mentis imprenditoriale applicata al management. «La mia impresa - osserva Yoshimoto Tanaka, presidente del gruppo Nakayama - prima di applicare la “via della pulizia” era sul baratro del fallimento. La mia fortuna invece è stata quella di decidere di applicarla, perché consente a tutti: dai dirigenti ai dipendenti, di avere la stessa visione e di guardare dalla stessa parte. Si lavora uniti, insieme, aiutandosi e riscoprendo risorse dimenticate. Tutto questo porta utili e costi ridotti».

Matteo Bernardini

Pulizie? Robe da uomini

掃除？男のする事

Si chiama management by cleaning, una teoria manageriale giapponese di cui si comincia a parlare anche da noi.

Punto di partenza, va da sé, la pulizia che, come ha scritto l'autore del volume *Toilet Cleaning Management* Hidesaburō Kagiya, aiuta a formare le persone e a cambiare le aziende. E di cambiamento, di questi tempi, c'è un gran bisogno. Soprattutto quando le aziende non vanno bene e bisogna cambiare rotta. Altrettanto evidente che non basta dare una pulita ai vetri per dare nuovo lustro a un'attività e, per guardare a questo approccio in termini non superficiali, dobbiamo approfondire l'obiettivo che ogni organizzazione si dovrebbe dare. Che non può essere il profitto *tout court*. O meglio, la ricerca del profitto non può essere efficace se, al contempo, non si dà alle persone l'opportunità di migliorare se stesse, se non si danno gli strumenti che aiutano a trovare un senso nel lavoro che si fa. Il profitto, insomma, non può essere svincolato dall'attenzione al benessere delle persone che concorrono alla crescita e allo sviluppo del business. E come si produce questo benessere, che strumenti si danno alle persone? Si parte dall'ambiente, che deve essere sano, pulito e ordinato dove tutti, grazie a un forte senso di appartenenza che il management concorre a creare, curano l'azienda come fosse qualcosa di proprio. Dove l'ufficio viene tenuto come il salotto di casa (si chiama management partecipativo, se vogliamo usare parole sofisticate). La ricetta funziona e nel libro vengono riportati esempi di aziende 'salvate' dalla pratica della pulizia. Vien da chiedersi come mai questa idea non sia venuta a una donna. Forse perché per le donne le pulizie sono pratiche talmente interiorizzate che si danno per scontate? Non ne sono proprio sicura... Se guardo al contesto del nostro ufficio il fanatico dell'ordine e della pulizia è, anche qui, un uomo. Il mio socio passa le domeniche in ufficio a mettere in ordine, controlla le scrivanie prima di uscire, si indispettisce se le tende non sono allineate... Se non sprofondiamo nel caos lo dobbiamo a lui. (Che quando arriva a casa, trova nei cassetti i calzini piegati e stirati. Però...)

Responses

Eugenio Bastianon says: Un mio amico che, fortunatissimo, ha un minialloggio che affitta regolarmente a professionisti che devono abitare a Mestre per ragioni di lavoro mi dice che ormai da 2/3 anni gli inquilini migliori sono gli uomini. Sono attenti e puntuali nella gestione ordinaria, lasciano l'alloggio sempre in ordine. Le "conduttrici", invece, sono disordinate e spesso poco trasparenti nella gestione, ospitando, anche fuori

contratto, fidanzati ed amici. Le indesiderate tracce di queste confuse presenze sarebbero evidenti al momento della riconsegna dell'alloggio. Avanzo un'ipotesi: può essere che questo "disordine marginale" sia un sintomo secondario della più ampia frattura nell' "ordine costituito" che le donne hanno provocato a livello addirittura epocale?

April 26, 2013 at 10:26 am

Reply

Magall says: Credo che la vocazione per l'ordine, gli schemi e la pianificazione non siano doti di genere, ma certo chi in ambito domestico è alla prova con l'organizzazione delle cose da fare è

spinto verso un allenamento di queste capacità e spesso, per puro senso pratico, trasferisce le doti acquisite anche in ambito lavorativo. Ma non è detto che chi piega i calzini con metodo geometrico e li divide per colore nei cassetti profumati al Muschio bianco sia per deduzione anche ordinato in ambiente lavorativo o nella propria professione. Se così fosse credo si potrebbe aprire il capitolo dell'ordine che sfiora la mania, figlio dei nostri tempi: il rito che rassicura, quel "lavare bianco che più bianco non si può" per compensare il disordine mentale causato dalla vorticosità quotidiana. E quindi, grazie alle donne che piegano i calzini e permettono di iniziare la giornata, aprendo il cassetto, con quella serenità che solo la vista di un cotone disteso e piegato può dare, e agli uomini che ci fanno trovare il lavandino lido e la lavastoviglie caricata dei piatti sporchi della sera prima. Se donne e uomini si occupassero della reciproca sanità mentale tutti uscirebbero di casa con più voglia di affrontare il caos che ci aspetta fuori...e di tenere in ordine anche l'ufficio.

Da: -Radio 24 Il Sole 24 ore ラジオ 24、ソレ 24 オレ経済新聞のラジオ
(マニセラ氏へのインタビュー)

<http://books.google.it/books?id=whWssellzJsC&pg=PA154&lpg=PA154&dq=Kagiyama+Cleaning&source=bl&ots=7FzWdW3SW6&sig=XK3QG6GT2cHYXFQ0sT-yKhHjyJY&hl=it&sa=X&ei=hxSjUYqnOYbPhAetyICYBw&ved=0CEIQ6AEwAzgK#v=onepage&q=Kagiyama%20Cleaning&f=false>

**Economia
in pagine**



condotto da
Gianfranco Fabi

<http://www.radio24.ilsole24ore.com/programma/economia-in-pagine/2013-05-18/manisera-azienda-cura-pulizia-125353.php?idpuntata=gSLAMBosP&date=2013-05-18>

18 maggio 2013 ore 21:15

Manisera: un'azienda che cura la pulizia dei locali rende di più

La pulizia e l'igiene in azienda sono talmente importanti da influire non solo sul clima aziendale, ma anche sui risultati. E' la tesi esposta da Hidesaburō Kagiyama nel suo libro "Toilet cleaning management. Una dirompente strategia manageriale" (Guerini e associati, 250 p., € 18,50). Rosario Manisera, presidente dell'Associazione culturale italo-giapponese, curatore e traduttore del testo, spiega che nei momenti di crisi diventa importante comunicare l'affidabilità di un'azienda anche grazie alla pulizia dei locali, dei macchinari o dei bagni.



LO SAPEVI CHE...

È possibile gestire le aziende e le organizzazioni con la pulizia?

掃除で企業と組織を運営できると知っていましたか。

È possibile che, grazie alla pulizia, le imprese riescano a motivare il personale, elevare il livello della qualità dei loro prodotti e servizi, ridurre i costi, potenziare la sicurezza, prolungare la vita degli impianti, migliorare il conto economico?

A queste domande hanno risposto due imprenditori Giapponesi di successo: Hidesaburō Kagiya e Yoshihito Tanaka al Convegno "Management by Cleaning: Sconfiggere la crisi con il nuovo dirompente sistema giapponese" del 23 maggio 2013...

<http://www.itmetal.it/>

Gli imprenditori giapponesi al CuoA spiegano come uscire dalla crisi

クオアにくる日本企業家が、危機からどのように抜け出すか説明してくれます。

Di Redazione VicenzaPiù | Lunedì 20 Maggio alle 15:28 |



Fondazione CUOA- Appuntamento di prestigio al CUOA Lean Enterprise Club. Mercoledì 22 maggio dalle ore 16.00 si svolgerà nella sede della Fondazione CUOA – Villa Valmarana Morosini ad Altavilla Vicentina (VI), l'incontro dal titolo "Management by cleaning: sconfiggere la crisi con una nuova dirompente strategia manageriale Giapponese". In anteprima italiana intervverranno Hidesaburō Kagiya e Yoshihito Tanaka, imprenditori giapponesi di successo.

Entrambi stanno diffondendo la rivoluzionaria strategia manageriale basata sul valore della "pulizia" come strumento semplice, ma efficace, per migliorare le imprese e la società civile. I due capitani d'impresa del Sol Levante, riportando la loro esperienza in Management by Cleaning, offriranno soluzioni innovative su come ridurre i costi, migliorare la sicurezza sul luogo di lavoro, prolungare la vita degli impianti, gestire il conto economico, elevare il livello della qualità dei prodotti, migliorare i servizi e, soprattutto, motivare le persone, il principale valore di ogni organizzazione. Il tutto grazie alla "via della pulizia", così definita da Hidesaburō

Kagiyama. Non si tratta solo di rendere più bello e decoroso l'ambiente in cui si lavora e si vive. E' invece una vera e propria forma mentis, una filosofia di vita che nelle aziende diventa metodo rigoroso di management per migliorare la comunicazione tra i membri dell'azienda, generare fiducia, rendere felici gli altri.

L'evento è realizzato dal Lean Enterprise Club in collaborazione con l'Associazione Culturale Fuji. Questo il programma:

- ore 15.45 Registrazione dei partecipanti
- ore 16.00 Apertura dei lavori e presentazione degli ospiti
- ore 16.15 Esperienze dei fondatori, Mr. Hidesaburō Kagiyama - Fondatore azienda Yellow Hat e Associazione Learning by Cleaning e Mr. Yoshihito Tanaka - Presidente Gruppo Nakayama
- ore 18.00 Conclusione dei lavori
- ore 18.30 Aperitivo

Il Lean Enterprise Club della Fondazione CUOA è nato nel 2006 da un gruppo iniziale di aziende fortemente motivate alla creazione di un centro di eccellenza sulle tecniche e la cultura Lean. Il Club realizza periodicamente incontri istituzionali con esperti di valore a livello nazionale e internazionale, approfondimenti su tematiche verticali, iniziative formative e percorsi di specializzazione. Entrare nel Lean Enterprise Club significa contribuire alla definizione e realizzazione di un progetto ambizioso e di grande importanza per le aziende del territorio nazionale che credono nell'innovativa filosofia manageriale del Lean.

Per informazioni e per l'adesione al Lean Enterprise Club tel. 0444 333760, e-mail leanclub@leancenter.it

PER USCIRE DALLA CRISI PULIAMO I NOSTRI UFFICI

危機から抜け出るために我々の事務所を掃除しよう。

Publicato Venerdì, 07 Giugno 2013 13:40



TOKYO – “Per aumentare la produttività, migliorare i rapporti con i colleghi e migliorare se stessi, si deve partire dalla pulizia dell’azienda”. Ovvero: appena si arriva in ufficio, secchio, straccio e bastone, e pulizia di gruppo. L’idea è venuta ad un imprenditore giapponese, tal Hidesaburo Kagiya, che della pulizia ha fatto uno stile di vita (e un personale successo imprenditoriale). In pratica, il meccanismo è molto semplice: arrivati sul posto di lavoro, dopo aver debitamente obliterato il proprio cartellino, per prima cosa si puliscono tutti insieme scale, bagni, uffici e macchinari. Obiettivo: creare un clima più colloquiale (tutto il personale, qualsiasi sia la sua qualifica e il suo rango, partecipa), risparmiare qualcosa in manutenzione e conseguire un ambiente più pulito e più partecipato. Kagiya ci ha scritto sopra un libro (“Toilette clearing management – Una dirompente strategia imprenditoriale”) nel quale racconta, in 366 aforismi (uno al giorno più uno) la sua idea di lavoro, di successo e di mondo. Un’idea fondata sul concetto della pulizia condivisa come parte di una personale rivoluzione, capace di passare attraverso il maggior amore verso se stessi e verso il lavoro che si fa: “Se raccogli una cartaccia l’ambiente sarà ripulito, per lo meno di una cartaccia – si legge nei primi versi del libro – Una persona che non riesce a raccogliere una cartaccia vicina ai propri piedi cosa potrà mai fare nella vita?”. Beh, come dargli torto? Dopo le prime risatine e canzonature (Kagiya cominciò da solo, nella sua azienda, senza obbligare nessuno), adesso il sistema è divenuto un’abitudine. Un’abitudine che fa bene al clima del lavoro, e al fatturato, secondo il concetto: “Più puliti, più partecipati, più sereni, più produttivi”. Una catena che vuol dire ricchezza prodotta, spirito di corpo e disciplina. Con queste idee Kagiya è uscito forte dalla crisi decennale degli anni ’90 in Giappone. Che sia il modo per uscire anche dalla nostra?

Simone Ballocci

鍵山：差をつけるのは多大な投資ではなく、ある資源の管理・運営である。

L'INCONTRO AL CUOA. Presentato il metodo Management by Cleaning

«Pulizia d'impresa Così si guidano 2mila dipendenti»

Kagiyama: «La differenza non la fanno i grandi investimenti, ma la gestione delle risorse disponibili»

Matteo Bernardini

È possibile creare un colosso imprenditoriale da oltre 1 miliardo di euro di fatturato con più di 2 mila dipendenti privilegiando alle strategie del marketing e della finanza tout court la filosofia, rigorosamente orientale? Hidesaburo Kagiyama, quasi 80 anni tra pochi giorni, non ha dubbio alcuno, la sua risposta è sì. Anzi, è proprio sui principi etici, sulla pazienza dell'insegnamento e la costanza dell'applicazione di valori quali l'unità del gruppo e soprattutto la pulizia dell'azienda che si possono raggiungere fatturati tanto alti e obiettivi così prestigiosi.

E quello che è stato ribattezzato "Management by cleaning" è il metodo proposto da Kagiyama ai manager del **Cuoa**, ieri, nel corso di un appuntamento in cui il capitano d'impresa del Sol Levante ha spiegato come proprio partendo dalla pulizia della propria azienda si possa persino arrivare a sconfiggere la crisi eco-

nomica.

«Quando si entra in percorsi negativi come quelli provocati da una grave crisi - spiega il manager nipponico - spesso si perde di vista la propria missione aziendale, invece sarebbe sufficiente fermarsi e guardarsi dentro e riscoprire quei valori che magari si sono dimenticati. Perché la differenza, alla fine, non la fanno i grandi investimenti, piuttosto la gestione delle risorse che si hanno a disposizione. E non si dovrebbe tanto guardare agli altri e a quelli che possono fare per noi e per la nostra impresa, ma le nostre forze». E Hidesaburo Kagiyama può parlare a ragion veduta, visto che nel 1991 l'economia giapponese è andata incontro a una delle più grandi crisi economiche della sua storia, molto simile a quella che l'euro-zona (e in genere l'economia occidentale) sta attraversando in questi anni.

«Da certi momenti si esce

stando tutti insieme: dai vertici aziendali e quindi dai top manager alla base», prosegue Kagiyama. Che poi aggiunge: «Ho quindi deciso di coinvolgere tutti i miei dipendenti partendo dalla pulizia dell'azienda. In questo modo ci si rende conto di cosa realmente accade in tutti i diversi settori e anche come lavorano i colleghi. Inoltre, attraverso questo metodo di lavoro si possono ridurre i costi e quindi migliorare i conti». E allora la "via della pulizia" è diventata una vera e propria filosofia e formamentis imprenditoriale applicata al management.

«La mia impresa - osserva Yoshimoto Tanaka, presidente del gruppo Nakayama - prima di applicare la "via della pulizia" era sul baratro del fallimento. La mia fortuna invece è stata quella di decidere di applicarla, perché consente a tutti: dai dirigenti ai dipendenti, di avere la stessa visione e di guardare dalla stessa parte. Si lavora uniti, insieme, aiutando

dosi e riscoprendo risorse dimenticate. Tutto questo porta utili e costi ridotti».



Yoshimoto Tanaka e Hidesaburo Kagiyama, ieri al **Cuoa** di Altavilla

BOOK

Da: <http://www.giapponeitalia.org/toilet-cleaning-management-di-hidesaburo-kagiyama/>

Toilet cleaning management di Hidesaburō Kagiyaama

By [Silvia Pagano](#) | on 29 aprile 2013

[Attualità](#)



TOILET CLEANING MANAGEMENT

Una dirompente strategia manageriale
di Hidesaburō Kagiyaama
Guerini e Associati

In libreria dal 2 maggio

Titolo originale: Ichinichi Ichiwa Ningen no migakikata – Sōji no tetsugaku – Jinsei no kokoroe
一日一話 人間の磨き方・掃除の哲学・人生の心得

Da umile venditore ambulante a presidente di un'azienda di successo.
È la storia di Hidesaburō Kagiyaama.

Dopo un'infanzia dura e in assoluta povertà Hidesaburō Kagiyaama lascia la famiglia e si trasferisce a Tokyo. Nel 1963 inizia la sua faticosa e solitaria avventura come venditore ambulante. Da allora sono trascorsi 50 anni, più e più volte si è trovato sull'orlo del fallimento e non si possono contare le volte in cui è stato deriso, ignorato, preso in giro e si è sentito un miserabile.

Nonostante ciò, Kagiyaama non ha mai perso la speranza nella vita. A chi volesse avere la ricetta del successo, risponde con semplicità: “Penso che lo debba al fatto che ho continuato, con perseveranza e coerenza, la pulizia dei bagni.”.

Kagiyaama, classe 1933, oggi presidente della Yellow Hat, una multinazionale di successo, è un uomo schivo e modesto. Nella prefazione al “Toilet cleaning management”, edito per la prima volta in Italia da Guerini e Associati, afferma con estremo candore “Personalmente non ho alcuna competenza superiore a quelle degli altri. Non ho neanche un’abilità speciale negli affari, né una particolare scaltrezza. A essere franco, anche nelle relazioni, mi trovo a disagio e non ritengo di avere alcuna forma di leadership. Non trovo nessun’altra ragione, perché una persona mediocre come me sia riuscita a continuare le attività di business fino ad oggi, al di fuori del fatto che attraverso la pulizia dei bagni ho perseverato, in un modo quasi impossibile a tutti, nel compiere ciò che chiunque può fare”.

Il management by cleaning, nella sua disarmante schiettezza, in Giappone, è ormai assunto come teoria manageriale, ma prima di ogni cosa è un’autentica filosofia di vita: non trascurare mai “ciò che è facile” o “ciò che è semplice”, nello sforzo continuo di recuperare e raccogliere le cose che gli altri gettano via, non è nient’altro che un modo di guardare alla vita e di scoprirne il valore. Fin dagli albori la sua azienda è stata gestita mediante un management di tipo partecipativo basato sulla pulizia. Il suo movimento della pulizia, negli ultimi anni, si è esteso ad altre imprese, rivelandosi efficace soprattutto nei momenti di crisi. Ma non solo. Kagiyaama è altresì l’ispiratore e il sensei della «Associazione per rendere bello il Giappone» che opera per creare un contesto sociale più piacevole e coeso.

“Toilet cleaning management”, nelle forme caratteristiche della letteratura e della cultura giapponese, giorno per giorno, mese per mese, per un intero anno, presenta una riflessione, concisa ed efficace, capace di riassumere un concetto fondativo, spesso ignorato, che potrebbe costituire la chiave di volta per sconfiggere la crisi: “gli occhi possono lasciarsi prendere dal panico ma nelle mani c’è coraggio”.

L’editore è lieto di comunicare che l’autore di Toilet cleaning management sarà presto in Italia. Il 21 maggio alle ore 18.00, Hidesaburō Kagiyaama presenterà il libro presso la Solving Efeso, in via Vincenzo Monti 47, a Milano. Interverranno Rosario Manisera, curatore e traduttore del volume, e Yoshihito Tanaka, presidente Tokai Shinei Electronics. Introdurrà Virginio Peluzzi.

<http://www.aidp.it/riviste/articolo.php?id=1&ida=2471&idn=253&idx=>

Toilet cleaning management Una dirompente strategia manageriale

トイレット・クリーニング・マネージメント、強烈なマネージメント戦略

autore, *Hidesaburo Kagiya*

L'editore è lieto di comunicare che l'autore di **Toilet cleaning management** sarà presto in Italia.

Il 21 maggio alle ore 18,00, Hidesaburo Kagiya presenterà il libro presso la Solving Efeso, in via Vincenzo Monti 46. Interverrà Rosario Manisera, curatore e traduttore del volume. Introdurrà Virginio Peluzzi. Per partecipare ufficiostampa@guerini.it, oppure telefonare a 02/58298026.

Guerini e Associati, pagg. 249

Da umile venditore ambulante a presidente di un'azienda di successo. È la storia di Hidesaburō Kagiya.

Dopo un'infanzia dura e in assoluta povertà Hidesaburō Kagiya lascia la famiglia e si trasferisce a Tokyo. Nel 1963 inizia la sua faticosa e solitaria avventura come venditore ambulante.

Da allora sono trascorsi 50 anni, più e più volte si è trovato sull'orlo del fallimento e non si possono contare le volte in cui è stato deriso, ignorato, preso in giro e si è sentito un miserabile. Nonostante ciò, Kagiya non ha mai perso la speranza nella vita. A chi volesse avere la ricetta del successo, risponde con semplicità: **"Penso che lo debba al fatto che ho continuato, con perseveranza e coerenza, la pulizia dei bagni."**

Kagiya, classe 1933, oggi presidente della Yellow Hat, una multinazionale di successo, è un uomo schivo e modesto. Nella prefazione al "**Toilet cleaning management**", edito per la prima volta in Italia da Guerini e Associati, afferma con estremo candore "Personalmente non ho alcuna competenza superiore a quelle degli altri. Non ho neanche un'abilità speciale negli affari, né una particolare scaltrezza. A essere franco, anche nelle relazioni, mi trovo a disagio e non ritengo di avere alcuna forma di leadership. Non trovo nessun'altra ragione, perché una persona mediocre come me sia riuscita a continuare le attività di business fino ad oggi, al di fuori del fatto che **attraverso la pulizia dei bagni ho perseverato, in un modo quasi impossibile a tutti, nel compiere ciò che chiunque può fare**".

Il management by cleaning, nella sua disarmante schiettezza, in Giappone, è ormai assunto come teoria manageriale, ma prima di ogni cosa è un'autentica filosofia di vita: non trascurare mai "ciò che è facile" o "ciò che è semplice", nello sforzo continuo di recuperare e raccogliere le cose che gli altri gettano via, non è nient'altro che un modo di guardare alla vita e di scoprirne il valore.

Fin dagli albori la sua azienda è stata gestita mediante un management di tipo partecipativo basato sulla pulizia. Il suo movimento della pulizia, negli ultimi anni, si è esteso ad altre imprese, rivelandosi efficace soprattutto nei momenti di crisi. Kagiya è altresì l'ispiratore e il *sensei* della «Associazione per rendere bello il Giappone» che opera per creare un contesto sociale più piacevole e coeso.

"Toilet cleaning management", nelle forme caratteristiche della letteratura e della cultura giapponese, **giorno per giorno, mese per mese, per un intero anno, presenta una riflessione, concisa ed efficace, capace di riassumere un concetto fondativo**, spesso ignorato, che potrebbe costituire la chiave di volta per sconfiggere la crisi: **"gli occhi possono lasciarsi prendere dal panico ma nelle mani c'è coraggio"**.

Titolo originale: *Ichinichi Ichiwa Ningen no migakikata - Sōji no tetsugaku - Jinsei no kokoroe*
一日一話 人間の磨き方・掃除の哲学・人生の心得

a cura di Tamiharu Kamei e Rosario Manisera

Toilet cleaning management - Una dirompente strategia manageriale

トイレット・クリーニング・マネージメント、強烈なマネージメント戦略

autore, Hidesaburo Kagiya

L'editore è lieto di comunicare che l'autore di **Toilet cleaning management** sarà presto in Italia.

Il 21 maggio alle ore 18,00, Hidesaburo Kagiya presenterà il libro presso la Solving Efeso, in via Vincenzo Monti 47. Interverrà Rosario Manisera, curatore e traduttore del volume. Introdurrà Virginio Peluzzi. Per partecipare ufficiostampa@guerini.it, oppure telefonare a 02/58298026.

Guerini e Associati, pagg. 249

Da umile venditore ambulante a presidente di un'azienda di successo.

È la storia di Hidesaburō Kagiya.

Dopo un'infanzia dura e in assoluta povertà Hidesaburō Kagiya lascia la famiglia e si trasferisce a Tokyo. Nel 1963 inizia la sua faticosa e solitaria avventura come venditore ambulante.

Da allora sono trascorsi 50 anni, più e più volte si è trovato sull'orlo del fallimento e non si possono contare le volte in cui è stato deriso, ignorato, preso in giro e si è sentito un miserabile. Nonostante ciò, Kagiya non ha mai perso la speranza nella vita. A chi volesse avere la ricetta del successo, risponde con semplicità: **"Penso che lo debba al fatto che ho continuato, con perseveranza e coerenza, la pulizia dei bagni."**

Kagiya, classe 1933, oggi presidente della Yellow Hat, una multinazionale di successo, è un uomo schivo e modesto. Nella prefazione al **"Toilet cleaning management"**, edito per la prima volta in Italia da Guerini e Associati, afferma con estremo candore "Personalmente non ho alcuna competenza superiore a quelle degli altri. Non ho neanche un'abilità speciale negli affari, né una particolare scaltrezza. A essere franco, anche nelle relazioni, mi trovo a disagio e non ritengo di avere alcuna forma di leadership. Non trovo nessun'altra ragione, perché una persona mediocre come me sia riuscita a continuare le attività di business fino ad oggi, al di fuori del fatto che **attraverso la pulizia dei bagni ho perseverato, in un modo quasi impossibile a tutti, nel compiere ciò che chiunque può fare"**.

Il management by cleaning, nella sua disarmante schiettezza, in Giappone, è ormai assunto come teoria manageriale, ma prima di ogni cosa è un'autentica filosofia di vita: non trascurare mai "ciò che è facile" o "ciò che è semplice", nello sforzo continuo di recuperare e raccogliere le cose che gli altri gettano via, non è nient'altro che un modo di guardare alla vita e di scoprirne il valore.

Fin dagli albori la sua azienda è stata gestita mediante un management di tipo partecipativo basato sulla pulizia. Il suo movimento della pulizia, negli ultimi anni, si è esteso ad altre imprese, rivelandosi efficace soprattutto nei momenti di crisi. Kagiya è altresì l'ispiratore e il *sensei* della «Associazione per rendere bello il Giappone» che opera per creare un contesto sociale più piacevole e coeso.

"Toilet cleaning management", nelle forme caratteristiche della letteratura e della cultura giapponese, **giorno per giorno, mese per mese, per un intero anno, presenta una riflessione, concisa ed efficace, capace di riassumere un concetto fondativo**, spesso ignorato, che potrebbe costituire la chiave di volta per sconfiggere la crisi: **"gli occhi possono lasciarsi prendere dal panico ma nelle mani c'è coraggio"**.

Titolo originale:

Ichinichi Ichiwa Ningen no migakikata - Sōji no tetsugaku - Jinsei no kokoroe

一日一話 人間の磨き方・掃除の哲学・人生の心得

a cura di Tamiharu Kamei e Rosario Manisera

05/06/2013



Il vero successo in azienda?

“Comincia pulendo il bagno”

企業における本当の成功とは？ “トイレの掃除から始まる”

di GIOVANNI BAIANO

Per aumentare la produttività, migliorare i rapporti con i colleghi e migliorare se stessi, si deve partire dalla pulizia dell'azienda.

Questa la tesi dell'imprenditore giapponese Hidesaburo Kagiyama che ne ha fatto uno stile di vita e un personale successo. Ora la provocatoria strategia manageriale è diventata un libro: 366 pensieri per ottenere il meglio da sé e dall'ambiente di lavoro in cui si vive.

Chissà cosa potrebbe pensare un dirigente d'azienda italiano, ma anche un semplice dipendente, se gli dicessero che la prima cosa da fare arrivato in ufficio al mattino è mettersi a pulire scale, bagni e macchinari? Ebbene, in Giappone c'è chi crede fermamente nella pulizia di gruppo come strategia di gestione d'azienda: una pulizia del luogo di lavoro quotidiana e praticata da tutto l'organico, non solo dagli addetti. Sono diverse le aziende che la adottano, e quanto emerge è un chiaro aumento dei profitti, una diminuzione delle spese, ad esempio per la manutenzione dei macchinari, che durano più a lungo, e anche un miglioramento dell'immagine che i clienti hanno dell'impresa. Insomma, pulire l'ufficio o l'impresa è quella che si può definire una “strategia vincente”.

Il cambiamento delle persone e dei luoghi. Ciò che però rende il “sojido” (“la via della pulizia”) davvero particolare è il progressivo mutamento non solo dell'ambiente di lavoro, ma anche delle individualità che ne fanno parte. Più che una strategia aziendale, quella ideata da Hidesaburo Kagiyama pare un vero e proprio stile di vita: un modello di dedizione costante per rendere felici gli altri e migliore il mondo che ci circonda. Ne parla Rosario Manisera, presidente dell'Associazione culturale italo-giapponese Fuji, nella prefazione del libro “Toilet cleaning management – Una dirimpente strategia manageriale” di Kagiyama, fondatore e presidente dell'azienda [Yellow Hat Ltd](#), gestita per anni proprio secondo i precetti della via della pulizia. Manisera, che ha curato la traduzione del volume (edito da Guerini e Associati, pag. 249, euro 18,50), descrive Kagiyama come un vero e proprio guru in grado di rivoluzionare il pensiero di molti dirigenti e

dipendenti, finendo per creare un “movimento della pulizia” e ispirare la nascita di diverse associazioni, come “l’Associazione per rendere bello il Giappone”.

Un pensiero al giorno. Il libro si compone di 366 pensieri divisi per i 12 mesi dell’anno, una pillola al giorno per imparare a considerare la pulizia come un modo per migliorare se stessi, innanzitutto. Lo si capisce bene dai primi versi, attraverso i quali Kagiyaama sottolinea lo sforzo necessario a ognuno di noi per ottenere qualcosa: “Se raccogli una cartaccia l’ambiente sarà ripulito, per lo meno di una cartaccia – scrive –. Una persona che non riesce a raccogliere una cartaccia vicina ai propri piedi cosa potrà mai fare nella vita?”. Come dargli torto? Ed è proprio questo il punto: Kagiyaama, parlando di pulizia, parla anche del coraggio e della volontà che ci vogliono per realizzare i propri propositi, per affrontare la sfida di “aspirazioni sublimi”, perché “se non si fa il primo passo non si riesce ad andare avanti”.

La storia vera. È così che la cartaccia per terra diventa un inizio, un passo. Kagiyaama, il suo, lo ha compiuto a 28 anni quando si licenziò da amministratore delegato di un’azienda dove gli veniva riservato “un trattamento davvero eccezionale”, per mettersi in proprio e dare vita a una “società per azioni ideale”. Quando fondò l’azienda, racconta che il settore in cui operava era “terribilmente degenerato”. Lui invece, che considerava “la corruzione del cuore la radice di tutti i mali”, decise così di sperimentare l’attività della pulizia per “rendere sereno il cuore dei dipendenti”.

Kagiyaama cominciò da solo, lustrando bagni e scale, non badando a quei dipendenti che lo canzonavano e che ritenevano inutile il suo da farsi, concentrati piuttosto su come aumentare il fatturato. Per 20 anni racconta di essere stato quasi solo a pulire, poi pian piano fornitori e clienti cominciarono ad apprezzarlo, e così altri dipendenti si unirono a dargli una mano. Kagiyaama, però, non è uno che si accontenta o che si tira indietro “di fronte a qualsiasi sforzo, anche se serve a ottenere un miglioramento sottile quanto un foglio di carta”.

Non solo profitto. Tra le pagine del libro si può rintracciare ogni tassello della sua forma mentis: dai concetti più generali, come la definizione di aspirazione o l’attitudine mentale prima di compiere un balzo in avanti, alle indicazioni più particolari, come il modo migliore per mettere in ordine le scarpe o differenziare i rifiuti. Consigli e suggerimenti per gestire al meglio la propria vita e il proprio ambito lavorativo, per rendere la propria azienda “una buona azienda”, che non guarda solo al profitto, ma diventa un luogo in cui i membri “trattano con calore e affetto, senza mostrare preferenze, le persone che consegnano la corrispondenza, che portano i pasti, o gli autisti delle ditte di trasporto”.

Più puliti, più sereni. Insomma, una concezione dell’impresa che parrebbe opposta a quella del capitalismo più classico: il mondo di Kagiyaama è un mondo dove “per ottenere piccoli risultati servono grandi sforzi”, e non viceversa. Ma a chi si domanda se questo modello di gestione porta effettivamente anche benefici economici, beh a loro Manisera porta esempi precisi, che dimostrano come la via della pulizia abbia funzionato soprattutto in tempo di crisi, quando in Giappone sembrava che la cosiddetta “bubble economy” dei primi anni ’90 potesse distruggere qualsiasi tipo di azienda. E allora ci si potrebbe chiedere se anche in Italia o in Europa, dove la crisi pare non finire mai e le imprese chiudono tutti i giorni, non sia auspicabile cominciare dalle basi e imparare ad aggiustare le fotocopiatrici, invece che chiamare i tecnici specializzati, o più semplicemente iniziare a credere in un mondo più pulito e per questo più sereno. Almeno secondo Kagiyaama.

Imparare per gestire 3 Più efficienza con il culto della pulizia in azienda

Cleaning management ultima moda da Tokyo

Ariva dal Giappone la teoria della pulizia come strategia manageriale del guru Hidesaburo Kagiyama. Con pillole di saggezza giorno per giorno, l'imprenditore giapponese venuto dal nulla, ma con una grande capacità di perseverare (a sua detta rafforzata dalla costante cura dei bagni), indica proprio nella pulizia il driver per migliorare, dentro e fuori, la vita dell'impresa. Produttività, clima aziendale, livello di collaborazione tra dipendenti e responsabilità verso la società, dal vicinato ai fornitori, ai clienti migliorano con il «management by cleaning», racchiusa nel libro *Toilet cleaning management* (Guerini e associati). L'esperienza giapponese è testimoniata da due casi di eccellenza: l'azienda di Kagiyama, la Yellow Hat, che si è sempre ripresa grazie a questa scelta di fondo, e il gruppo di Yoshihito Tanaka Tokai Shinei electronics (Tsk), che ha superato il rischio di bancarotta negli anni Novanta (effetto bubble economy) e ha continuato a fare profitti anche dopo la crisi

mondiale del 2008. «Il profitto non è il fine ultimo di questo approccio manageriale, ma ne è una conseguenza. Se ci si prende cura del proprio ambiente di lavoro, dei macchinari e non si trascurano le piccole cose diventa più facile e veloce intercettare il pezzo difettoso o un pericolo sottovalutato e, quindi, intervenire a monte migliorando l'efficienza dei processi», spiega Rosario Manisera, curatore del libro e presidente dell'associazione culturale italo-giapponese Fuji. In pratica, si riducono guasti, fermi e difetti degli impianti e la vita media delle macchine si raddoppia. Ma i benefici non sono solo visibili. Le stesse squadre di lavoro diventano più collaborative e gentili fra loro, e non sono più messe l'una contro l'altra per raggiungere risultati di puro profitto. Il «toilet cleaning management» muove infatti da valori più profondi di benessere e felicità delle persone e si estende all'intera comunità. Da queste esperienze sono nate anche associazioni di

volontariato che coinvolgono centinaia di migliaia di persone, come quella per rendere bello il proprio Paese, di cui Kagiyama è promotore in tutto il mondo. «È una vera e propria forma mentis, una filosofia di vita che nelle aziende diventa metodo rigoroso di management e, nella società, dedizione costante e operosa per rendere felici gli altri e cambiare in meglio il mondo che ci circonda», precisa Manisera. Oltre a richiamare il Toyota production system (Tps), il concetto «esteso» di pulizia ha un precedente interessante nel padre della macrobiotica George Osawa, che così Kagiyama cita: «Per Osawa l'ampiezza e la profondità della pulizia sono proporzionali alla personalità degli individui che vi sono impegnati». L'importante allora è iniziare, anche dalla pulizia, per diventare persone migliori. Intanto due study tour con imprenditori del Nordest sono in programma a ottobre per toccare con mano, in Giappone, i benefici di questo metodo. **G.F.**

LA STRATEGIA ANTICRISI CHE ARRIVA DAL GIAPPONE

IL SEGRETO DEL MIO SUCCESSO

DA VENDITORE AMBULANTE A CEO DI UN'AZIENDA DA OLTRE UN MILIARDO
DI EURO L'ANNO GRAZIE A UN IMPEGNO COSTANTE PER... LA PULIZIA. A PARTIRE
DALLE TOILETTE. È LA STORIA DI HIDESABURO KAGIYAMA E DELLA SUA TEORIA,
IL MANAGEMENT BY CLEANING DI CECILIA LULLI

A chi gli chiede qual è la ricetta del suo successo, Hidesaburo Kagiyama risponde candidamente: «Penso di doverlo al fatto che ho continuato, con perseveranza e coerenza, la pulizia dei bagni». Alla soglia degli 80 anni, il presidente e fondatore della Yellow Hat, multinazionale giapponese di ricambi automobilistici che fattura oltre un miliardo di euro l'anno, ha ormai lasciato ai suoi eredi il timone dell'azienda, ma non per concedersi un po' di riposo, bensì per diffondere la sua filosofia di vita e, parole sue, «migliorare il mondo». Niente male per uno che afferma: «Personalmente non ho nessuna competenza superiore a quelle degli altri. Non ho neanche un'abilità speciale negli affari, né una particolare scaltrezza. A essere franco, anche nelle relazioni mi trovo a disagio e non ritengo di avere alcuna forma di leadership. Non trovo nessun'altra ragione perché una persona mediocre come me sia riuscita a continuare le attivi- ▶

Protagonisti

tà di business fino a oggi, al di fuori del fatto che, attraverso la pulizia dei bagni, ho perseverato, in modo quasi impossibile a tutti, nel compiere ciò che chiunque può fare».

C'è da rimanere perplessi di fronte a cotante dichiarazioni, ma i risultati gli danno ragione. Non solo quelli della sua azienda, ma anche quelli ottenuti da diverse altre imprese giapponesi risorte iniziando a seguire la sua teoria manageriale quando erano ormai sull'orlo del fallimento. *Business People* ha avuto la possibilità di incontrarlo in concomitanza con l'uscita di *Toilet cleaning management* (Guerini e associati), la prima edizione italiana di un suo libro.

Signor Kagiyama, come le è venuto in mente che la pulizia potesse avere tanta importanza?

L'ho imparato da giovanissimo. Subito dopo la Seconda Guerra Mondiale la mia famiglia viveva in una baracca, ma i miei genitori erano molto pignoli riguardo alla pulizia e tenevano la casa a puntino. Così non mi sono mai sentito miserabile nemmeno nel terribile dopoguerra. L'ambiente in cui si vive è fondamentale, se è sporco, anche la mente e il cuore delle persone vengono corrotti.

Dunque, ha sempre messo in atto questa sua strategia?

Sì, ho iniziato già prima di mettermi in proprio, quando lavoravo come dipendente in un'altra azienda. Ma poiché non capivo il modo di vivere e l'atteggiamento manageriale del presidente, dopo otto anni decisi di lasciarla. La Royal (ora Yellow Hat, ndr) ha avuto inizio in quel momento, con me che correvo qua e là in bicicletta come venditore ambulante.

«PER INSEGNARE AGLI ALTRI LA COSA MIGLIORE, LA VIA PIÙ BREVE, È INSEGNARE PRIMA DI TUTTO A SE STESSI»

H. Kagiyama



I suoi dipendenti, i manager soprattutto, come hanno preso l'idea?

A quei tempi l'economia giapponese cresceva vertiginosamente ed era difficilissimo trovare personale. Se oggi chi ha bisogno di dieci dipendenti si ritrova con 300 candidati, allora anche pubblicando annunci non si presentava nessuno. Così, quando poi ho trovato gli impiegati necessari, non potevo fare richieste che andassero "oltre la normalità". E poi sentivo che forzare le persone non avrebbe funzionato. Allora ho cominciato a farlo io, con la mia famiglia. All'inizio non capivano, non esitavano a usare il gabinetto mentre io ero lì a fianco che strofinavo. C'è voluto del tempo, ma con gli anni hanno cambiato atteggiamento e iniziato a seguire il mio esempio. Una volta che cominci a pulire e sperimenti la soddisfazione di avere una toilette immacolata, non riesci più a lasciare sporco.



© Hidesaburo Kagiyama - per concessione di Rosario Manisera (P), RocketNews24.com/NA/NA/IT

E ora anche altre aziende hanno cominciato a seguire il suo esempio...

C'è un principio di fondo che sto seguendo fin dall'inizio: non basta che migliori la mia azienda, perché questa cresca e prosperi è necessario che di pari passo migliorino anche le altre del comparto e tutti gli altri settori. Così sono sempre stato disposto a spiegare la mia strategia e mostrarne i risultati anche i competitor. È andata così anche con Yoshihito Tanaka, presidente della Tokai Shinei Electronics (Tsk). Inizialmente scettico, poi si è fatto addirittura promotore della nascita delle onlus Learning by cleaning association, che dal Giappone sono arrivate prima in Cina e Taiwan, poi anche in Brasile e negli Usa.

Senta, capisco perfettamente che un ambiente pulito e ben tenuto faccia bene agli affari: rende più piacevole per i dipendenti andare a lavorare e i macchinari hanno vita più lunga. Ma non si può affidare il compito a una ditta di pulizie?

È completamente diverso ciò che si prova se ci si è impegnati personalmente nella pulizia. Vede, in

PERCHÉ PULIRE I BAGNI?

Recita così il poster affisso nelle toilette degli uomini degli uffici della Yellow Hat. Non il solito cartello che chiede di lasciare la toilette pulita, ma un documento programmatico che ben riassume i principi di fondo del toilet cleaning management:

- **PER DIVENTARE UNA PERSONA MODESTA**
Non importa quanto talento tu abbia, se non sei modesto risulterà comunque deludente. La modestia è la principale caratteristica che ci contraddistingue come esseri umani. E di certo il modo più veloce per rendere modesto chiunque è pulire un bagno.
- **PER DIVENTARE PERSPICACE**
La differenza tra vincenti e perdenti è che i perdenti sono inefficienti e scialacquatori, i vincitori no. Per eliminare gli sprechi dalla tua vita è importante diventare perspicace, solo allora sarai in grado di evitare gli sprechi. Pulire le toilette porta alla luce la tua perspicacia nel migliore dei modi.
- **PER SVILUPPARE PASSIONE NELLA TUA VITA**
La vita è passione. Tutti vogliono una vita che ispiri le persone. Per farlo dovrai usare ogni fibra del tuo essere per diventare una persona laboriosa, dinamica. Siamo motivati da persone che lavorano umilmente utilizzando tutto il corpo. Il bagno è come un dojo per allenare i nostri corpi in questo senso.
- **PER STIMOLARE SENSO DI APPREZZAMENTO**
Spesso le persone felici non si prendono tempo per apprezzare le cose. Dall'apprezzamento puoi diventare più felice. Pulire i bagni senza dubbio ti farà apprezzare le più piccole cose della vita e farà di te una persona completa.
- **PER LUCIDARE IL TUO CUORE**
Non puoi tirare fuori il tuo cuore e lucidarlo, ma puoi ottenere lo stesso risultato attraverso quanto regali ai tuoi occhi. Soprattutto quando pulisci il gabinetto, il tuo cuore inizia a brillare con lui. Se le persone vedono sempre cose belle allora anche i loro cuori lo diventano.

Dalla traduzione in Inglese di Steven Le Blanc e Masami M. di RocketNews24

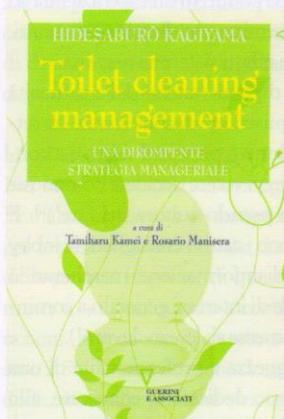
genere sono tre i principali difetti delle persone in azienda: scarsa consapevolezza su quanto le circonda, incapacità di agire per cambiare ciò che non funziona e, soprattutto, forte mancanza di pazienza, intesa come costanza e spirito di sopportazione. Ecco, portando avanti l'attività di pulizia questi tre difetti tendono immancabilmente a scomparire. ■



TOILET CLEANING MANAGEMENT

È il titolo del libro di Hidesaburo Kagiyama edito in Italia da Guerini e associati (traduzione di Rosario Manisera), che contiene 365 riflessioni concise ed efficaci. Una al giorno per un anno

HIDESABURŌ KAGIYAMA
TOILET CLEANING MANAGEMENT
 A CURA DI: TAMIHARU KAMEI E ROSARIO MANISERA
 Editore: Guerini e Associati, pp 249, 18.50 euro



Diede inizio al suo lavoro di imprenditore facendo l'ambulante e caricando la sua bicicletta con quello che poteva. Nel tempo scoprì che la sua passione per la pulizia lo aveva portato ben oltre il concetto di igiene arrivando a istituire un metodo di lavoro che, fedele alle buone pratiche del *Toilet cleaning*, riusciva a motivare il personale ed elevare il livello di

qualità di prodotti e servizi, ridurre i costi, potenziare la sicurezza, prolungare la vita degli impianti, migliorare il conto economico.

È possibile gestire le aziende, e le organizzazioni con la 'pulizia'? A questa domanda risponde Hidesaburō Kagiya, imprenditore giapponese di successo che sta dedicando risorse, tempo e fatiche a diffondere l'ideale e il valore della 'pulizia', come strumento semplice ma efficace per migliorare le imprese e la società.

"La pulizia aiuta a formare le persone e a cambiare le aziende" dice: seguendo questo mantra Hidesaburō Kagiya, fondatore della Yellow Hat Corporation, è stato in grado di gestire, per decenni e con successo, la sua azienda, oggi quotata alla Borsa di Tokyo, e di aiutare nello stesso tempo molte altre imprese, specialmente in periodi difficili.

"All'inizio ho fatto tutto da solo – racconta Kagiya –: c'erano dipendenti che orinavano di fianco a dove io stavo pulendo i gabinetti, altri che saltavano sopra le mie mani mentre strofinavo le scale. Dopo vent'anni fornitori e clienti iniziavano a esprimere il loro apprezzamento per il mio modo di lavorare. Quando ormai erano trascorsi oltre vent'anni, persone che non avevano avuto alcun rapporto diretto col nostro lavoro cominciarono a frequentare la nostra azienda per apprendere come fare pulizia".

Il management by cleaning è uno stile di vita. Dimostra

come il valore della pulizia sia davvero monetizzabile e di come molte organizzazioni abbiano tratto ispirazione dagli insegnamenti di Kagiya: pulire i macchinari significa risparmiare sui costi di manutenzione, migliorare la qualità del prodotto e garantire la sicurezza dei lavoratori.

Esemplare il caso del Gruppo industriale giapponese Nakayama, produttore di schede elettroniche e circuiti stampati, che grazie al sistema basato sulla pulizia ha visto risollevate completamente le proprie sorti.

Nel 1991, dopo lo scoppio della *bubble economy*, in seguito al crollo del fatturato e della motivazione dei propri dipendenti, sull'orlo della bancarotta, il presidente del Gruppo, Yoshihito Tanaka, su suggerimento di Kagiya è riuscito a cambiare, grazie alla pulizia, la cultura aziendale e il clima lavorativo, capovolgendo le sorti del proprio Gruppo. L'attività di pulizia, svolta da tutti – a cominciare dal presidente – come set-up, all'inizio della giornata lavorativa, e come riordino/sistemazione alla fine del lavoro, ha permesso di coinvolgere tutti i lavoratori nella definizione degli obiettivi, nella condivisione delle idee e soprattutto nella creazione di un ambiente di lavoro sereno, motivato e creativo.

Nel Gruppo Nakayama, e in particolare in una delle sue aziende – la Tōkai Shin'ei Electronics – i principi-guida di Hidesaburō Kagiya sono diventati prassi quotidiana e metodo concreto di management.

La pulizia ha reso gli ambienti di lavoro luoghi sereni, dove è agevole lavorare e si collabora fattivamente;

è diventata metodo di controllo, ispezione e prevenzione, migliorando qualità, efficienza e sicurezza.

La pulizia, svolta da tutti, ha suscitato un forte spirito di gruppo, è diventata sorgente di miglioramento continuo e fucina di volontari impegnati anche nella società civile. Ha aumentato la fiducia reciproca, ha favorito l'attività commerciale e ha migliorato l'immagine aziendale presso i clienti.

La pulizia ha creato le basi per un management partecipativo con ri-

flessi positivi sulla solidarietà e sull'onestà nei singoli e nella comunità locale.

In questo modo il Gruppo Nakayama ha potuto creare una struttura motivata che produce profitti, è stimato nella business community, è benvenuto sul territorio in cui risiede ed è riuscito a far fronte con successo anche all'ultima crisi finanziaria iniziata nel 2008.

