

栗ご飯です。子供の頃、栗むきを手伝わせられ、たまに虫が出てきてウゲーと言いつつむいていたのですが、できたての栗ご飯は最高でした。

安野 広明

秋と言えば、秋刀魚、サンマでは、今年は豊漁と言われますが、今のところ口に入っていません。昔は庶民の味方でしたが、今は高級になりました。

石川 秀樹

秋の食べ物と言えば、キノコと秋野菜の天ぷら、鰻フライが絶品です。想像しただけでも、よたれか出そうです。

田原 智延

栗ごはんの季節となりました。小さい頃は山で栗拾いをしていましたが、今は熊の出没で注意が必要ですよ。

濱崎 俊明

昔、祖父と松茸狩りに行ったことがあります。今はどこでとったかわからない。山の手入れもしない、取れないらしいので、おかしそうです。

中島 大吾

秋といえば「いちじく」です!! 少ない秋のいちじくが大好きです。小さい頃は庭のいちじくを食べていました。今は貝かけを買ってしまいます。もううれしそうです。

佐々木 康恵

秋といえば、うちは鍋です。冬まで待たない。本格的に寒くなる前から市販の鍋つゆとかで始めます。栗だし、野菜も自然に食べられる。

原 光

「サツマイモ」です。娘が2歳の時にほぼ毎日一緒に食べていました。特に、焼きたてが大好きです。

室田 直樹

色々ありますが、最初思い付いたのは、「里芋」ですね。母と祖母が作るシリアルな芋煮が最高です。今年もたくさん食べたいですね!

橋本 一輝

私は「柿」です!! 実家に柿の木があり、昔よく、父が落ちてくれる柿を兄と虫取りあみで取り合っていました。かたが、柿が大好きです。

増子 枝里子

秋といえば、栗の渋皮煮! 作るの、ちょっと大変だけど、うまく出来た時は、すごく嬉しいですよ。(おこり)甘くて、ほんとに美味しいですよ~

石川 智恵美

新米ですね! 毎年この季節になると、一段と美味しくなるお米に、驚きながら食べています。栗ご飯や、きのこご飯も大好きです。

宮川 侑也



「第41期 経営計画発表会」を開催しました。今期もよろしくお願いします!

10~12月の税務・お知らせ

- ・10月・・・個人住民税の納付
- ・11月・・・所得税第2期予定納税額の納付
- ・12月・・・給与所得の年末調整

お休みカレンダー

2025年 10月							2025年 11月							2025年 12月						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4						1			1	2	3	4	5	6
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	7	8	9	10	11	12	13
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	14	15	16	17	18	19	20
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	21	22	23	24	25	26	27
26	27	28	29	30	31		23/30	24	25	26	27	28	29	28	29	30	31			



代表取締役
安野 広明

こんにちは、ビジネスプランの安野広明です。いつもニュースレター「かけはし」をお読み下さり、ありがとうございます。お陰様で、9月8日に開催したビジネスプラン・プレミアム講演会は、無事に終えることができました。多くの皆様にご参加いただき、心より感謝いたします。また10月1日には、ビジネスプランの経営計画発表会を開催し、41期をスタートさせることができました。私が事業を承継したのは26期がスタートしてすぐのタイミングでしたので、経営者になって丸15年が経ちます。振り返ると色々な出来事があり過ぎて、すべては思い出せませんが、急きょ後を継ぐことになり、東京から益田に戻った日のことは鮮明に覚えています。あの時、経営の右も左も分からなかった自分がここまで続けて来られたのは、ひとえに社員やお客様のお陰です。これからも、周囲や先代への感謝を忘れず精進して参りますので、引き続きどうぞよろしくお願いいたします！



「主体性」こそがチームの強さの源泉

経営者やリーダーが「右向け右」と指示を出せば、メンバー全員がサッと右を向ける。以前は、そんな組織が理想だと考えていました。もちろん今でも、ある程度、そういった部分は必要だと思っています。目指す目的地や方向性が共有できていなければ、組織として成り立たないからです。

とはいえ、（一般論として、）上の指示を待つだけの依存心の強いメンバーばかりでは、さすがに難しくなりました。それだけ時代の変化のスピードが速く、もはや経営者やリーダーの力だけでは対応できなくなったのがその理由です。

したがってこれから求められるのは、大きな方向性は共有しつつも、メンバー個々人の主体性によって成り立つ組織だと考えています。そうすることで組織を硬直化させず、柔軟性やしなやかさを生み出し、時代の変化に対応していくのです。

話は変わりますが、ミスターラグビーと称された平尾誠二氏は、「人生というのはラグビーボールと一緒に。どっちに転ぶか分からへんで。」という言葉を残されました。人生は楕円球のように、どっちに転がるか分からない。たまたま順風満帆だったとしても、横に大きくそれたり、手元に押し戻されたりする。それが人生だ・・と。私はこのことは、そのまま組織にも当てはまるとしています。順調な時もあれば外的要因によって逆境になることもあり、どっちに転がるかは分かりません。

ではそんな状況の中で、組織（＝チーム）に求められることは何か？ここでも、平尾氏の言葉を引用させていただきます。

「1人ひとりがレベルアップしないとチームは強くない。上からの指示を待つのではなく、自ら必要な練習を考えて行動できるメンバーが集うチームこそが強い。」

「個人の主体性よりもチームの協調性が重視される日本。このスタイルにはもう限界がきている。チームワークを協調性だけで成り立たせようとすれば、出る杭は打たれる。そうなると、隣の人を見ながら自分のポジションを決めていくことになる。わたしは、主体性を持った個人がつくっていくのがチームだと考える。だから、チームは日一日と進歩する。チームの各セクションが主体性をもっているからこそ、柔軟性のある対処・対応能力がついてくるのだ。」

同氏は、約30年前から上記のことを主張され、現在の日本ラグビーの土台を築かれた訳です。そして、会社組織においても、柔軟性のある対処・対応能力をつけるために、「主体性」こそがチームの強さの源泉と言えるでしょう。

あと、これは以前、とあるメンタルコーチから教わったのですが、成果を挙げているチームは明るく、雰囲気がいよいのだそう。なぜかといえば、主体性を持ったメンバーが、自分の心の状態を自分でコントロールしているからです。具体的には、「言語」「動作（態度）」「表情」の3つの要素を意識し、自分で自分の機嫌をとっているのだとおっしゃっていました。

弊社はまだまだですが、これからの時代を軽やかに、しなやかに、柔軟に渡っていくためにも、引き続き、「主体性」によって成り立つ組織づくりを目指して参る所存です。

セミナー紹介

7月4日に、アフラック次世代経営者会様主催のセミナーが広島で開催され、代表の安野が講師をつとめました。テーマは「決算書から見た事業計画の作り方」。ワークを含めて2時間半の長丁場でしたが、アンケートでは「非常に分かりやすかった」などの声をたくさんいただきました。ありがとうございます！



ビジネスプラン・プレミアム講演会



グラントワ小ホールにて開催



小阪裕司 先生

9月8日にプレミアム講演会を開催。オラクルひとしくみ研究所代表の小阪裕司先生を講師としてお招きし、「幸せな安定経営を手に入れる商売の方法」をテーマにご講演いただきました。事例を上げながら具体的で分かりやすくお話いただき、ご参加下さったお客様からも「明日から早速試してみます」「遠くても来てよかった」など嬉しいお言葉をたくさんいただきました。

本の紹介



『やなせたかしの生涯』

著者：梯 久美子 氏



佐々木 康恵

梯久美子さんの『やなせたかしの生涯 アンパンマンとぼく』は、私たちに「愛と勇気」を教えてくれたアンパンマンの生みの親、やなせたかしさんの心温まる人生を描いた本です。

戦争で身近な人を失ったり、なかなか芽が出ない時期が長く続いたり、つらい経験もたくさんされたやなせさん。そんな中で「本当に困っている人を助けることこそ、本当の正義なんだ」という、アンパンマンの心の種を育てていかれたようです。

60代になってようやくアンパンマンが生まれ、たくさんの子もたちの笑顔に出会われました。この本は、つらいことや悲しいことを乗り越え、誰かのために生きた、やなせさんの温かい人生を教えてください。

ノスタルジーが求められる時代

以前、ある方から、「人間は懐かしさの中に生きている」と教わったことがあります。確かに、昭和レトロな雰囲気には心惹かれたり、田舎の古民家に心が落ち着いたりしますよね。
最近では、懐メロ特集をやっているテレビ番組をたまに見かけますが、昔好きだった曲が流れてくると、つい見入ってしまいます。懐かしさと共に「あの頃」の自分が蘇り、感情まで刺激されるからです。
おそらくこの感覚は、自分が60歳になっても70歳になっても、変わらないのでしょう。そのように考えると、「人間は懐かしさの中に生きている」というのは、ただ単に「過去に生きている」という意味ではなく、「懐かしさによって蘇る」ときめきやワクワク感を求めて生きている」と言えそうです。

そしてこれを商売に置き換えるなら、いかにしてお客様のノスタルジーに働きかけるか？という視点は、持っておいた方がよいのかなと。このことは、デジタル化が進み、便利な世の中になればなるほど必要だと考えています。

例えば弊社では、お客様の創立記念日にカードを送り、担当者が手書きでメッセージを書くことがあるのですが、そこはあえてメール等のデジタルではなくアナログにこだわっています。

最近ではスマホで事足りるため、知人から手紙やハガキをもらうなんてことは、ほとんど無くなりました。それはお客様も同様でしょう。そこに、担当者の癖のある字で自分宛てのメッセージが書かれていれば、それはそれで嬉しいはず。まあ、どう感じるかには個人差もあるとは思いますが、昔、自分の誕生日にメッセージカードを書いてもらったり、仲の良い友人から手紙をもらったりした思い出が蘇るかもしれませんね。
当ニュースレターを、プロに頼むでもなくデジタルでもなく、あえて自前で作成したものを紙で送付し、なおかつ、「ビジネスプランの仲間たち」コーナーでスタッフの手書きの要素を入れているのも同じです。それだと、見た目が洗練された感じにはなりませんが、だからこそ、昔の「学級通信」や「手作り新聞」のような感覚で、手に取って読んでいただけるのではないかと考えています。

いずれにしても、これからのAI時代は、ノスタルジーがますます求められるようになる気がします。弊社もまだまだですが、「懐かしさ」の視点からお客様との絆を深めていけるような施策に取り組まれているのもよいかもしれません。



きつい時は「今、おいしいところ」です

私は定期的にパーソナルトレーニングを受けているのですが、以前私が「もうこれ以上、バーベルが上がりません・・・」みたいな顔をしているのを見たトレーナーの方が、「ここがおいしいところですよ！」と声掛けしてくれました。「え？どういう意味！？」と思い、トレーニング後に聞いたところ、筋肉を付けたい部位にしっかりと負荷がかかり、上がるか上がらないかみたいな状態が、一番筋肉が付くのだとか。つまり、筋肉の成長にとっておいしいということですね。

確かに、筋肉を付けたくてジムに通っているのだから、「おいしい」は正しい表現だと思います。まあ、だからといって何度も経験したくはないのが本音ではありますが（汗）。

そしてこのことは、人の成長においても同じ。誰しも、辛い、きつい、しんどいといった感情を抱くことはあると思いますが、実はそういう時こそ、自己成長の意味においてはおいしいのです。

したがって、そういうネガティブな感情が生まれたら、「今、おいしいところ！」と解釈するのがよいかもしれません。そういえば、以前、弊社の講演会にもご登壇いただいた（株）植松電機の植松努さんも、「失敗したら、ただいま成長中！と言えがいい」とおっしゃっていました。それと似ていますね。

ただし、筋トレが正しいフォームでなければ効果がないのと同様、自己成長においても正しい方向に進んでいなければ、意味をなしません。例えば、受け身のスタンスで仕事を先延ばしにした結果、手が回らなくてしんどくなったり、他責のスタンスで人のせいにながら何で自分ばかり・・・と辛くなっているとすれば、さすがにそれは「おいしい」とは言えないでしょう。

主体性を持ち、自責のスタンスで仕事と向き合い、もしくは新たなチャレンジをして壁にぶつかり、辛い、きつい、しんどいとなった時に初めて、「今、おいしいところ！」になるのです。

ということで、私自身、おいしいところを乗り越えて成長するべく、これからもチャレンジして参ります！

人は皆、大切にされたがっている

人間は、「あなたは大切な存在で、生きている価値がある」というメッセージを常に探し求めている生き物だと言われます。つまり、常に「大切にされたい」という願望を持っているのです。

確かに買い物をする時など、店員から軽くあしらわれると「接客がなってないな」と、少しイラッとしますよね。それは、自分が大切にされていないと感じるからだと思います。逆に言えば、こと商売においては、いかにしてお客様の「大切にされたい」という願望に応え、「自分は大切にされている」と感じていただくか？という視点は重要です。もちろん、それが表面的なテクニックだったり、ご機嫌伺いをしたり、過剰サービスになったりするのかもしれませんが、可能な範囲で、1人ひとりのお客様にフォーカスした細やかな対応が求められると考えています。

そして、そういった心を通わせる人間らしいコミュニケーションは、AI（人工知能）に代替されにくい領域でもあります。では、そのための施策として、どんな取組みをすればよいのか？この点、難しく考える必要はなくて、自分がされて嬉しいこと、「大切にされているな〜」と感じることを、業務の中でお客様にして差し上げればよいのではないのでしょうか。

それは例えば、

「しっかり相手の目を見て挨拶する」「来社時には笑顔やウエルカムボードなどで歓迎の姿勢を示す」「お名前でご呼ぶ」「いつ来られてもいいように行き届いた社内清掃を行う」「最後までお見送りする」「約束の時間を守る（→相手の時間を大切にすること）」「レスポンスが速い」「用事がある時だけではなく、定期的にお便りを届ける（→情報発信を行う）」「お客様の人生に興味を持ち、想いを理解している」などなど。いずれも、やろうと思えばできることばかりです。

これから先、現在のAIが進化して数年後（5～10年後？）には人間と同等もしくはそれ以上の能力を持ったAGI（＝汎用人工知能）が、さらにはAGIが進化し、人類の知能をはるかに超えるASI（＝人工超知能）も誕生すると予見されています。そしてAI時代になればなるほど、上記のような人間らしいコミュニケーションが価値になることは間違いありません。つまり、これからも価値が下がりにくいということです。

したがって、「大切にされたい」というお客様の願望に応え、自社のファンを増やしていくためにも、いままで以上にその辺りの社員教育に力を入れていきたいものです。



仕事の本質は雪かきである

「仕事の本質は雪かきである」と教わったことがあります。

ご承知の通り雪かきというのは、たいていの場合人知れずに行われ、人通りが増える頃には既に終わっています。なので、私を含めほとんどの人は、きれいに雪かきされた道を当たり前のように歩いているだけです。「誰かがやってくれたんだろうな〜」くらいにしか思いません。

それでも、もし雪かきされていなければ、凍った雪に足を滑らせて転んだり、靴がビショビショになったりして困る人は多いはず。つまり、誰かの喜びのためにやっているというよりも、その道を通る人が困らずに歩けるように行うのが、雪かきなのです。そういった活動を人知れずになさっている方々には、敬服いたします。

そしてこのことは、仕事に置き換えても同じ。誰も見ていないし、誰からも称賛されることはないけれども、誰かがやらないといけないタスクはどんな会社にもあります。そういうタスクを担う人は、他のメンバーが当たり前のように仕事ができる環境をつくってくれているという意味において、まさに雪かきの作業者のような存在です。個人的には、そういった方々への感謝の気持ちを忘れてはいけないと考えています。

ちなみに弊社では、半年に1回、いわゆる360度評価で自己評価と他者評価をしてもらい、本人に対する感謝の言葉を「仲間からの感謝状」という形で見える化しているのですが、それも、普段目立つ人だけでなく、1人ひとりにスポットライトを当てるための仕組みです。

また、少し視点を変えて後継者という立場で言えば、事業承継時、当たり前のように仕事があるのは先代が雪かきしてくれていたからです。後継者は、雪かきされた道を歩いていることになります。なので、そこに感謝し、恩返し（もしくは恩送り）するためにも、事業を通して関わる人を幸せにし、その質と範囲を広げる努力をしていく必要があると考えています。

とうことで私自身、「仕事の本質は雪かきである」を肝に銘じ、自らも社員や次世代のために雪かきをしていければ・と思った次第です。