

ビジネスプラン の仲間たち

今回のテーマは…

最近ハマって いること

今は昔の話です。

中学でアマチュア無線を始め、
高校でも無線クラブに入り、遅
くまで世界中の仲間と交信
していました。コールサイン
のJA4は貴重なナンバー
です。復帰したいなあ…

横田 憲一

娘がサンタさんから
もらったスケボーです。
バランスが難しいですが
8の字走行が
出来るようになりました。
おすすめですよ。

中島 大吾

家族で海岸を散歩
することにはまっています。
娘が少しずつ歩けるよう
になってきたので
これからは一緒に
歩きます。

室田 直樹

ポキ筋トレにハマっています。
道具を使わず自重でやれば、
どこでもできて簡単、かつ、清々
しいです。最近、
ちょっとだけ腹筋が
割れてきました(^^)

安野 広明

週末は、アウトドアライフ
主体の生活となっており
これから季節は
山菜取りとなります。
足腰を鍛えなければ…

田原 智延

“せくら”です!!
せくら調味料、せくら香料、
最近の種類が豊富で、料理
の際は欠かせない調味料
です。特に今日は満開
の桜の花、幸せですね。

佐々木 康恵

土曜日の早起きです。
先週は、車で1時間半の
朝日を見に行きました。
今後、何かの機
会を見出したいと思っ
ています。

橋本 一輝

500円玉貯金です。コンビニ等の支払
は、既に「お財布携帯」ですが、
風の子供だけ500円玉を買
て、7月分の500円玉を
毎日少しずつ貯金箱に
入れます。3年後を見据え、貯
金です。

石川 秀樹

過去のラグビー
ワールドカップを見
ることで、2023年
フランス大会
が待ち遠
しいです。

濱崎 俊明

家のチャンネルは、毎週にあるので
毎週の趣味に、引っぱられつ
つあります。最近、2人で恋愛
ドキュメンタリーを
見るのにハマっています。

原 光

4月から小学生になる
娘のピアノの演奏に
触発され、20年間さわり
いなかったギター
を始めました。

恒松 明宏

かけはし

Vol.52
春号

2022年4月



4～6月の税務・お知らせ

- ・申告所得税の口座振替日・・・4/21(木)
- ・消費税の口座振替日・・・4/26(火)
- ※預貯金残高のご確認を!
- ・源泉所得税の特例納付、社会保険の算定基礎届のご準備を!

お休みカレンダー

2022年 4月							2022年 5月							2022年 6月						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
					1	2	1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4
3	3	4	5	6	7	8	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11
10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18
17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25
24	25	26	27	28	29	30	29	30	31					26	27	28	29	30		



ビジネスプラン / あんの会計

〒698-0041 島根県益田市高津一丁目1番1号
TEL (0856) 23-6116 FAX (0856) 23-6674
E-mail bplan@sx.miracle.ne.jp
HP <http://annokaikei.com>

わたしたちは、たくさんの“ありがとう”を集め、日本の中小企業を元気にします!

※過去のニュースレター「かけはし」は、弊社ホームページからご覧頂けます。

こんにちは、ビジネスプランの安野広明です。

まん延防止法は全面解除されましたが、コロナ前の水準まで売上が回復している中小企業はまだまだ少なく、むしろ、原油価格の高騰による電気・ガス料金や運賃などといった固定費の上昇、さらには、小麦価格の暴騰に伴う食料品全般の物価上昇が懸念され、商売をなさっている方にとっては、予断を許さない状況が続いています。加えて、最初のコロナ融資の据置期間が終了し、返済が始まる事業者の方もいらっしゃるでしょう。

このような状況下において優先すべきは、何を置いても「資金対策」です。政府は3月上旬に、中小企業の資金繰りや事業継続を支援する「中小企業活性化パッケージ」をまとめました。その中で、日本政策金融公庫と商工中金のコロナ融資の期限が、3月末から6月末まで延長されています。また、返済負担を軽減するため、運転資金の融資期間も15年から20年に延長されました。

既に公庫からコロナ融資を受けている場合でも、借換え対応等をしていただける可能性がありますので、ぜひ、打診してみてください。もちろん引き続き、弊社の担当者もサポートいたします。それでは春号も、よろしくお願いします！



代表取締役
安野 広明

『“他人思い”か“自分思い”か、その差は大きい』

「他人思い」と「自分思い」とは、180度異なります。「他人思い」を徹底すれば、間違いなく、その人は成長できるでしょう。ただ、「他人思い」のように見えて（本人もそう思い込んで）、その実、「自分思い」になっている場合も多いと感じます。それは、他人にどう思われるかを気にした、上辺だけの「他人思い」です。他人から叱られたくない、非難されたくない、否定されたくない。他人の評価を気にしての言動は、結局のところ、自分を守るためであって、「自分思い」と同じです。

真の「他人思い」の人たちは、他人からの評価には飄々としているし、自分が他人に何をしたいのか、何をしてあげられるのか、それだけを考えています。お客様に満足していただければ、真摯に向き合い、どうすればもっと貢献できるのか？を自分の頭で考え、言われなくても工夫・改善するでしょう。一方で、「自分思い」の人は、他人に振り回され、言われれば動く傾向にあります。

「他人思い」と「自分思い」との差は、大きいのです。

この「他人思い」について、一流ヘアメイクアップアーティストの砂原由弥さんは、「お客様の中に入る」とおっしゃっています。

「私はお客様の中に入ってみるんです。まるで着ぐるみを着るように。そうすると、その方がどうしたいか、直感で降りてくる。だから、どうしようか迷ったことがない。」・・・と。また砂原さんは、「落ち込んだ時、どうやって気持ちを上げますか？」との質問に対して、「落ち込んだことがないのです。私の頭の中には、お客様のことしかないので。たとえ不満を言われたとしても、おそらく、どうしてあげればよかったのか真剣に考えるだけだし、自分がかわいそうになったことなんて一度もない。」とも回答されています。

これぞまさに、徹底した「他人思い」。とりわけ、「お客様の中に入る」「まるで着ぐるみを着るように」との表現は、秀逸ですね。

少し話は変わりまして・・・

「母は強し」と言いますが、その本質は、自分よりも子供のことを案じて生きているから。守るべきものがあると、人は強くなれるのです。実際、危機管理の世界においては、自分の不安と向き合うと耐えられない事態であっても、他者を案じていれば強くなれるし、免疫力が上がると言われています。したがって、自分以外に大切な誰かを心に持つ人は、強い。これは、不変の真理です。

そしてこのことは、仕事においても同じでしょう。「他人思い」を徹底すればその人は成長できると私が考える理由も、そこにあります。

「他人思い」で行動していると、時には、自分でも驚くような潜在能力が発揮されるはずですよ。もちろん、自己犠牲を払ってでも他人に尽くすという意味ではありません。自分自身を大切に扱うことが大前提です。ただ、自己都合ばかりで物事を考える「自分思い」の人、「他人思い」と見せかけて、自己保身しているだけの「自分思い」の人の成長には限界が訪れると思っています。さらに言えば、個人のみならず、会社に置き換えてもそう。経営理念（志）やビジョン（夢）やミッション（使命）の中に、真の「他人思い」の要素が入っているか？もしもそれが、自社に利益をもたらすための見せかけの「他人思い」であるとすれば、その会社の成長は、きっとどこかで行き詰まってしまうでしょう・・・

「他人思い」は、どこまでも人や会社を強くし、成長させてくれます。プライベートはもちろんのこと、仕事においても、自分以外の大切な誰かが心の中にいるか？いま一度、見つめ直したいものです。かくいう私も、まだまだ「他人思い」のようになり「自分思い」になってしまう場面は、多々ありますので（汗）、引き続き、「他人思い」で行動できるよう精進して参ります。

そのように考えると、現在、説明責任を果たせていない会社（お店）ほど、情報発信に工夫・改善を加えるだけで、お客様との関係性が（良い方向に）変わる可能性は大いにあるのではないのでしょうか。

例えば、ホームページひとつとっても、ほとんど更新されていないものも散見されますが、言葉を尽くして価値を伝えようとしているか？独りよがりな発信になっていないか？は、見た人に伝わります。したがって、もし仮に、ホームページを将来のお客様とご縁を繋ぐための主要なツールと位置付けているのであれば、発信する側が、できるだけタイムリーに説明責任を果たすのは、本来、当然のことです。（と言いつつ、弊社のHPもまだまだですが・・・汗）

これは文章の上手い・下手とか、見た目のカッコ良さ以上に、「お客様にとっての価値」を説明しよう、伝えようとする姿勢こそが重要だと思っています。そういった手間暇かかることを省略し、なぜか売上が増えない、お客様が増えないと嘆いていても、それは仕方のない話。まだまだお客様の心を動かせていない（＝価値を感じていただけていない）と反省し、説明責任を果たすための取組みに力を入れるしかありません。

やり方としては、HP、SNS、メルマガ、ブログ、ニュースレター、無料相談、セミナー等、色々あるのでしょうけど、何をやるにせよ、求められるのは、相手に価値を伝えようとする姿勢と熱量と文字量だと感じる、今日この頃です。・・・自戒を込めて。

活動紹介

島根県中小企業家同友会様にて セミナー講師をつとめました



去る1月21日に、島根県中小企業家同友会様にお招きいただき、松江駅前にある松江テルサにて、「未来会計セミナー」というテーマで弊社代表の安野が講師をつとめました。参加者は33名。アンケートでは嬉しいお言葉もたくさんいただきました。ありがとうございます！

本の紹介



『源頼朝の世界』（永井 路子 著）

2022年NHK大河ドラマを読み解くためには、事前に読んでおく物語の展開が垣間見られます。たとえば、頼朝の異母兄弟がどんどん出てくるあたりは、当時の「一夫多妻」ともいわれる時代を象徴していますし、母方の地位によって、その子の出世街道が決まるようです。また、この時代に「信賞必罰」をルールとして人事を巧みに操りピラミッド型の組織を作り上げるなど現在の役所の礎と思われます。テレビと同時進行か？先行か？是非ご一読を！



石川 秀樹

『“サunkコストの呪縛”を逆手に取る』

「サunkコストの呪縛（じゅばく）」をご存知でしょうか？行動経済学の世界で用いられる言葉で、「サunkコスト」は「埋没費用」とも呼ばれます。

例えば、本を買った時。Amazonから届いた本が、読み始めから「全然つまらないな～」「思ったのと違ったな～」と感じつつも、「せっかく買ったのだから・・・」と我慢して1時間読み続け、結局、期待したものは何も得られなかったとします。

この場合の、本に投資した数千円が、いわゆるサunkコスト、言い換えると、途中で読むのを止めても戻ってこない、埋没する費用です。

経済合理性だけで判断すれば、「つまらない」と感じた時点で、別の本を読む時間に充てるとか、その1時間をもっと有意義に使えたかもしれないのに、投資した数千円を回収しなければもったいないといった心理が働くのでしょう。非合理的な行動をとり、無駄に1時間を使ってしまいました。これを、サunkコストの呪縛というのです。まあ、本の例はまだかわいいものですが、これが事業活動ともなると影響度が違って来る訳です。研究開発に多額の投資をしてきたことがサunkコストの呪縛となり、赤字事業からの徹底を踏み切れず、いつまでも赤字を垂れ流す・・・など、事業の持続性にまで影響することがありますので、もしもご存知なければ知っておいて損はないと思います。

そして本題はここからです。このサunkコストの呪縛、基本的には、合理的な意志決定を歪めるものとして知られていますが、自らの行動を促すという意味においては、あえて活用するのもありだと考えています。

例えば、自分がやりたいと思っている新しい取組みはあるけれども、実際にやるには、それなりの時間やエネルギーを要することもあって、日常業務に忙殺される中ではなかなか手が付けられない・・・。そんな状況に置かれているとします。

おそらくそのままだと、ズルズルと引っ張った挙句、「やっぱり今じゃないな」とかなんとか自分に言い訳をしつつ、新しい取組みは「無かったこと」になってしまうのが関の山でしょう。私自身、過去には、そんなことばかりしてきましたので（汗）、よく分かります。

そこで現在、私が心がけているのは、自分の中に、やってみたい新たな取組みが生まれた際、自分1人で留めるのではなく、周囲の人を巻き込むことです。具体的には、まだ完璧な構想ができていないとしても、とりあえず、その道に詳しい人や専門家の意見を聞いてみる、などなど。準備や相談にかかった時間、相談料などは、まさにサunkコスト（埋没費用）となりますが、そうやって周囲を巻き込み、かつ、多少なりとも投資をすると、「なんとかしてこの取組みを実現させ、回収せねば」という、良い意味でのプレッシャーがかかります。

そしてそれが、「無かったこと」にしてしまいそうな弱い心を下支えすると共に、自らの行動につながるのです。

これはまさに、サunkコストの呪縛を逆手に取っているようなもの。そんな風に解釈できると思います。ということで、自らの行動を促すために、サunkコストの呪縛を活用されてみてはいかがでしょうか。

『観察力で解像度を高めれば、地味な毎日でも世界は変わる』

私はジブリ作品が好きで、宮崎駿監督のドキュメンタリーDVDを何本か持っているのですが、その中の、『夢と狂気の王国』という作品の中に、宮崎監督の想像力の凄さが分かる印象的な場面があります。詳細は割愛しますが、窓から見える、何の変哲もない街並みを眺めながら、密着取材中のカメラマンにこう語りかけるのです。

「あの屋根からね、あそこの右の屋根から隣の屋根に飛び移って、駆け抜けて、その緑色の壁があるでしょ？緑と青っぽい。そのところに飛びついて、あの配管をよじ登ってですね。あの屋根を走って、さらに向こうのビルに行くっていうのをアニメーションでやったらおもしろいでしょ？それで、電線の上を歩けたら、向こう側にも行けるはずなんですよ。～中略～ そうやってただでね、つまらない街だと思っていても、とんでもない映画の舞台になるんですよ。こうやって見ると結構おもしろいでしょ？」

もはや頭の中では、ストーリーが出来上がっているようですね。実際、ドキュメンタリーで映されていたのは、朝から晩まで自宅とアトリエとスタジオを行ったり来たりの、いたって地味な毎日。その範囲内で見える景色の中で想像を膨らませ、あれだけの作品を作るのだから、やはり天才です。（もちろん、資料映像や写真は見ているのでしょけど）

ただこれを、天才の話だと総括するなかれ。宮崎監督の想像力は異次元だとしても、世の中を観察する力というのは、本来、私のような凡人であっても、誰にでも身に付くはず。その上で、観察力の有無は、QOL（＝人生と生活の質）の向上にかなり影響すると思っています。（→次ページへ）

例えば、世の中のことに興味を持たず、自分の住む地域や、会社のことに興味も無く、ただ日々をボーッと過ごしていれば、変わり映えのない毎日にしか見えなくて当然でしょう。

一方で、何の変哲もない日常であっても、起こった出来事や自らの感情の動きに対して解像度を高め、よくよく観察している人は、そこから学びや気づきや教訓を得ることができます。そして必然的に、視野も広がっていくはず。つまり、世の中に対する自らの捉え方や解釈力が進化・深化していくことで、見えている世界が変わるのです。

前者は、見えている景色が何年経っても変わらないのに対して、後者の観察力のある人は、行き来するのは自宅と職場とで地味な毎日かもしれませんが、その範囲の中で見えている世界は変わり続けるということ。

人生を作品に見立てるならば、どちらの人生が、（自らの成長につながり、）笑いあり感動ありの作品に仕上がるかは、言うまでもありません。それはそのままQOLにも影響しますので、そのくらい、観察力の重要度は高いのです。

もちろん、時には旅行するとか非日常の体験をすることも大切なのですが、わざわざ時間とお金をかけなくても、観察力（とほんの少しの想像力）さえあれば、ある意味、いくらでも世界を広げられる。そんな風に考えています。

『非効率でもいい、一步踏み込む姿勢を』

できるだけコストをかけず、短期間で効率的に成果を得る。スマホの普及に伴い、世の中が便利になった結果、人々の思考力は奪われ、ますます、上記のような安直な考えがはびこっている気がします。もちろん、私自身、その影響を受けている1人です。昔に比べると、本当に便利になりました。

ただし、「人の成長」という側面でいえば、この考えがデフォルト（＝初期設定）になると、むしろ、可能性は狭まってしまいます。なぜなら、上記とは逆の、手間暇かかること、時間がかかること、非効率なこと、面倒臭いことの中に、成長の種が埋まっているからです。

とりわけ、仕事においては、効率性、合理性、コスパの追求だけを考えていては、成長が難しい気がしています。というのも、「出し惜しみ」という名の手抜きにつながりやすいから。

例えば、学校のテストでは、100点満点より上はありません。どんなに優れた内容の100点も、ギリギリの100点も同じです。

しかし、仕事で相手の期待値を超えようとすれば、やはり、100点を目指すだけでは足りない。120点を狙う心づもりで準備して、はじめて、お客様や上司や同僚に伝える、もしくは、成果に現れるものです。

もしかするとその上乗せした20点（＝20%）は、時と場合によっては相手に響かないかもしれませんが、成果につながらないかもしれません。

したがって、効率性だけを考えれば、「最初から100点狙いの方が無駄がない」となり、それを突き詰めると、「いかに時間をかけず、労力をかけず、100点をとれるか？」みたいな発想になるはずですが。

ただ、ここでのポイントは、一步踏み込んだ20%の労力や時間は、成長という意味においては、決して無駄ではないという点。

つまり、（繰り返しになりますが、）一見すると余計なこと、無駄なことでも、期待値超えの準備をやり続けていると、その時は回り道に思えるかもしれませんが、中長期的には、どこかのタイミングで成長曲線がググッと上がり、結果として、無駄にはならないのです。

ということで、付加価値を乗せづらい単純作業やITで代替できる作業は、効率化を進めつつも、相手のある仕事については、時には非効率だとしても、期待値超えの120点狙いを心がけ、長期的な自己成長を目指したいもの。そんなことを考えました。

『大切なのは、お客様への説明責任を果たす姿勢』

ご承知の通り、商売において大切なのは、（現在と将来の）お客様に価値を感じていただくことです。いくら人柄が良くても、いくら社員教育に熱心でも、いくら社会貢献活動を行っていても、それだけで、自社の商品・サービスをご購入下さるお客様は（ゼロではないにしても）全体で見ればごく僅かでしょう。

やはり、お客様にとって対価を払うだけの価値があると感じていただけるからこそ、商売が成り立つのです。

至極当たり前のことかもしれませんが、そういった視点で捉えた時、多くの中小零細企業は、価値に対する説明責任を果たせているのだろうか？といった疑問が生じます。そもそもその商品やサービスを売っていること自体、お客様は知っているのか？知っているとしても、お客様はピンときているのか？ピンとこないということは、心が動いていない、つまり、自分にとって価値があるのかどうか分からないことを意味します。

その状態で、いくら「買って下さい」アピールをされたところで、買う理由すら教えてもらっていないのに、「なんで（自分が）買わなきゃいけないの？」となるのが心情ですよね。結局のところ、すべては、売る側の説明責任なのです。（→次ページへ）