学びを通じて人々の愉快な人生を演出する

月刊 ＶＩＣ通信【2026年2月】



編集前記

皆さんこんにちは！

今回は時候に関することではなく、１月２５日に行われた全日本卓球の女子一般の部で優勝した張本美和選手について記したいと思います。

張本美和選手は、１３歳で出場した２０２１年世界ユース卓球選手権で女子シングルス・女子ダブルス・混合ダブルス・団体の全４種目の全てで一度も負けずに四冠を達成し、世界中に衝撃を与えた注目の選手です。

そして今回（２０２６年）、全日本卓球の一般女子決勝で３連覇中の早田ひな選手を １7歳の張本選手が、４－３で破り、優勝しました。また、本大会では、ジュニア女子でも４連覇を達成し（石川佳純さん以来の連覇記録）、ジュニアと一般の両方で優勝という快挙を達成しました。

国際大会では、「リードしてから逆転される」「重要な場面でミスが続く」といった試合も経験し、「感情のコントロール」が課題でした。

今回の決勝は、何度もリードしながら追いつかれ、これまでなら負けるパターンでしたが、勝とうとする卓球ではなく、負けない卓球に徹したように見えました。さらに「ミスしても表情を変えない」「ベンチで深呼吸する」など感情を出さない強さを身につけ、逃げずに戦いました。

関係者からは、「負けた日のほうが練習量が増える」「泣いたあと、必ず"次どうするか"を口にする」という証言もあるようです。

また、幼少期から圧倒的な才能を見せてきた若きスターですが、以前、あるインタビューで常に兄である張本智和の妹というプレッシャーで「比べられるのがつらかった」と語っています。

一方、早田選手は全日本卓球では２０２２年大会の決勝以来負けしらずの２３連勝でしたが、張本美和選手に止められました。

早田選手は今回の張本美和選手の強さは何かというインタビューに対し「パワーが今まで対戦してきた日本人選手とは比べものにならない」「一つ一つの技術の精度が高くて、できないことがない」、さらに「思い切りの良さも凄い」と、試合をしていて感じたと答えています。

２０２４年から３年連続で早田選手と決勝で戦い、悲願の優勝を成し遂げた張本美和選手の活躍の裏に、自分と向き合う真摯な姿勢を感じました。

ＶＩＣ通信も皆さまのさらなる活躍の一助となる情報をお届けいたします。

株式会社バリューイノベーション　代表取締役社長　鈴木正志

クイズ「お言葉ですが」

「食指が動く」の由来



何かに興味が湧くことを「食指が動く」といいますが、この言葉の由来をご存じでしょうか？

「食指」とは、食べ物をつかむ時によく使う指であることから、「人差し指」を意味しています。

「食指が動く」という表現は、中国の書物『春秋左氏伝』に登場する故事に由来するといわれています。

春秋時代、鄭（てい）の国に子公（しこう）という人物がいました。

ある日、君主である霊公（れいこう）のもとを訪ねる道中、自分の人差し指が自然と動いていることに気づき、「これはご馳走にありつける前触れだ」と家臣に言いました。そして、霊公の家に到着すると、実際にスッポン料理が用意されていたそうです。

この逸話から、「食指が動く」が「食欲がそそられる」ことを表すようになりました。

転じて、現在では食欲だけでなく、「欲が湧いて物を欲しがる」「ある物事に興味・関心を持つ」という意味でも使われるようになりました。

この「食指」ですが、「食欲」と混同されることが多いようです。平成23年度の文化庁「国語に関する世論調査」では、31.4%の人が「食指をそそられる」といった誤った使い方をすると答えました。

音の響きや、イメージだけでこういった慣用句を使ってしまうと、間違いやすいのではないかと思います。言葉の背景を知り、本来の意味を意識しながら、慣用句を使っていきたいものですね。　（外沢）

けんげんいじょう（研修の現場からのいい情報）

工場改善プロジェクトを実施しました！

今月は、非鉄金属業の工場で実施している工場改善プロジェクト（ワークショップセミナー※）をご紹介いたします。

本プロジェクトは、工場内に“きれいで働きやすい環境を定着させる”ことを目的とし、各工程のリーダーが、5カ月かけて作業環境の改善活動に取り組んできました。

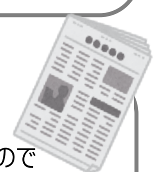
プロジェクトを開始した当初は、どのように進めたら良いのか分からず戸惑う様子もありましたが、研修で改善箇所の洗い出しを行い、作業計画と役割分担を明らかにしたことで、計画的に活動を進める様子が見られました。
作業環境の改善は、実行した成果が目に見えて実感できるため、最初は戸惑っていたリーダーも、徐々に自信を持ってメンバーに協力を求めることができるようになっていきました。

12月には、経営幹部や工場長、工場の全社員に向けて成果発表を行いました。
発表では、「リーダーがルールを決め、メンバー全員で習慣化できた」、「作業しやすい環境になり効率があがった」という成果報告があり、「将来をみすえて改善活動を継続する」という宣言も聞かれました。

今後は、主任がリーダーの活動を引き継ぎ、3か月間の改善活動を行います。リーダーと主任が共に活動することで、組織的に活動を定着できるよう支援していきます。

※ワークショップセミナー
ワークショップとは元来、「工房」「作業場」など協働で仕事を行う“場”を表しています。ワークショップセミナー（WSS）は参加体験型グループ学習であり、講師から一方的にナレッジを受け取るだけの講義やセミナーとは違い、受講者自らが積極的な意見交換や体験を通じて、実践的なスキルを身につける複数会合のセミナーのことです。（秋山）

Newへぇ〜S



デジタル技術やAIの進化・普及が進む中で、仕事の進め方やライフスタイルだけではなく、人々の価値観も大きく変化してきていると感じます。そのような中で、AI時代の「消費の変化」について書かれている記事が目に止まりましたのでご紹介をいたします。

〜〜

2026年消費どうなる（下）スマホデトックスと編み物　AI時代の自分探し

スマートフォンの普及前後で消費の質は様変わりした。2006年発売の「若者殺しの時代」（講談社現代新書）にこんな表現がある。「編み針を電車の中で動かしている娘も見なくなった。あれは昭和とともに消えてしまった風景だったのだ」ところが26年。消費トレンドの担い手として復活を果たそうとしているのが「編み物」だ。Z世代を対象としたシンクタンク、Z総研の26年上半期トレンド予想では「編み物」がランクイン。調査結果には「あみぐるみにハマってます。無心になってできるのがいいです！」（千葉県の19歳大学生）というコメントがついていた。（中略）
パソコンや携帯電話などデジタル機器が普及すると利便性や効率性に人々の関心が向くようになり、アナログ消費は後退した。しかし人工知能（AI）利用まで日常化する今。人々はスマホを必需品としながらも、過剰なまでの情報量に、デジタル世界と距離を置きたいとの志向も芽生え始めているのだろう。実際に25年に大ヒットした映画「国宝」について若い世代から「約3時間、スマホデトックスができた」との声がSNSで広がった。（中略）
モノ・コト部門でのキーワードが「アテンション・デトックス」。一時的にデジタル環境から離れて楽しむ体験に注目が集まると指摘している。具体的な事例としてあげているのが「スマホなし旅行」だ。世代・トレンド評論家の牛窪恵氏は「AI時代を迎え、リアルでのコミュニケーションを通じて若い世代はますます自分が何者であるかを探そうとしており、パーソナライズやカスタマイズがキーワードになる」と指摘する。（中略）消費サイクルが速まる「リキッド化」の時代と、反動としてのリアル消費がせめぎ合うのは26年の特徴なのだろう。（後略）

抜粋：日経新聞朝刊（1/23）第11版　16面「2026年消費どうなる（下）スマホデトックスと編み物　AI時代の自分探し」

〜〜

この記事では、AIの活用が進み、情報が過剰にあふれる時代だからこそ、あえてデジタルから距離を置く行動や、手を動かす体験、リアルなコミュニケーションの価値を重視する消費行動が増えていると記載されています。
昨今の消費行動は「モノ消費（所有）」「コト消費（体験）」「トキ消費（その場限りの体験）」「イミ消費（社会貢献）」と変化・多様化していると言われています。そのような中で、「自分は何者でありたいのか」という自己の価値観と向き合えるような消費行動が、今後より求められていくのかもしれないと感じました。
また、本記事内では「平成女児ブーム」や「シール交換」などについても記載されていました。私の小学生の娘もシール帳がはち切れんばかりにシールを貼り、「後ろの方のシールが友達と交換したやつ！良いやつじゃないと交換できないんだよ！」と意気揚々と話をしていました。スマホを傍らにおいて、そう話す娘を見て懐かしさを感じた今日この頃です。（大越）

今月の読書



『読まない人に、本を売れ。』

著者：永松茂久
発行：2025年11月21日初版

本書は、令和の５年間で最も売れた本『人は話し方が９割』の制作チームが、出版不況のなかで、どんなつくり方、売り方、届け方をしたのか、その奮闘についてまとめられています。
著者の永松氏は、自身が書いた『人は話し方が９割』が売り上げ日本一を獲得した経緯には、「『興味のない人にどう届けるのか？』という、あらゆる仕事に通じる本質」があり、「出版に限らず、商品、アイデア、想いを誰かに届けようとする全ての人に、この考え方やマインドセットを共有したい」と思って本書を書いたと述べています。

『人は話し方が９割』は、著者と出版元であるすばる舎の営業の原口大輔氏、担当編集の上江洲安成氏が、「売上日本一」という目標をかかげて企画し、生まれました。
書店がどんどん減っている今、日本一の大ベストセラーを狙うには、本を読む習慣のある既存顧客に向けた商品開発ではなく、新規の読者獲得が必須のため、「普段本を読まない人たちがつい手に取ってしまう本」をつくらなければなりません。「読まない人に、本を売れ」という天からのお題が降ってきたと感じたと言います。著者が思う、企画で一番大切なことは、「そもそもこの本は誰が読むのか？」だそうです。その企画会議では、営業と次のようなやり取りがありました。

> 「すでに、しげ兄（※永松氏）を知っているビジネスマンや、もともと啓発本が好きな人たちが目的買いするような本じゃなくて、イオンに買い物に来る主婦が気軽に手に取ってくれるような本を目指しましょう」（中略）
> 大輔は、足で稼ぐ現場主義の最たる人間だ。
> どんなに交通の便が悪いところでもタクシーは使わない。地元の人たちが乗っているバスを使うし、とにかく歩く。そしてショッピングモールに着いても、エレベーターには乗らない。必ずエスカレーターで書店のあるフロアに上がっていく。
> それらの行動はすべて「どんな人が、どんな導線で、どんな本を目当てに集まる書店か」を知るためだそうだ。
> そうした徹底した現場目線から出てきた「イオンに買い物に来る主婦が、気軽に手に取ってくれるような本」という言葉には、ものすごく説得力があった。（P176）

ここまで徹底して現場を見ることで、具体的な読者像を描けるのだと思いました。発売後も数字を冷静に分析し、著者を知らない人が手に取るよう、売り上げランキングの棚がある書店を重点的に展開していきます。そこに、コロナ禍の巣篭もり需要と『鬼滅の刃』ブームが起こり、子どもは『鬼滅の刃』を選び、親が店頭ランキング上位になっていた『人は話し方が９割』をついでに買う図式が生まれ、狙いがピタリとはまります。想定外のコロナ禍でも、現場視点が結果につながったと感じました。
すばる舎メンバーは、2020年のビジネス書年間ランキング1位を獲得後、2021年はすべてのジャンルを含む「総合日本一」を目標にします。しかし発売から2年が過ぎ、書店員の反応は「飽きた」「置く場所がない」とイマイチでした。
そこで、営業部員たちは売り場を観察して読者になりそうな人の導線を探し、「この場所で50冊お願いします！」と具体的に提案をします。そこに空きがなければ２週間後に来ると予約をし、実際に足を運ぶなど、書店と直接会って親密度を高めました。編集は増刷のたびに36回も帯を変え、営業が書店まで持っていって店舗の在庫に手作業で繰り返し巻き直しました。書店員を飽きさせないことを最大の目的とし、失敗も含めあの手この手で書店に「お祭り」を作り続けたのです。
それは、売れているのにつくり手や売り手側の「飽きた」が理由で、必要な人に届かないのは、どちらにとっても損失でしかないと考えていたからで、この本は書店の、読者の利益に必ずなると信じていました。

> 『人は話し方が９割』は、たしかに僕が書いた。
> しかし、著者の役割は原稿を書き上げた時点である程度は終わる。そのあとできることと言えば、SNSやメルマガを使って情報を発信するくらいのことだから、それほど大きく部数に貢献することはできない。
> （中略）実は、この『人は話し方が９割』を本当の意味で日本一にしたのは、発行元のすばる舎である。
> 著者の僕から見ても、彼らの売ることにかける執念、そして行動はすさまじいものだった。そしてそこには僕も含め、多くの人たちがどこかで忘れかけている商売の原点があった。（P.228）

普段あまり語られることのない、出版業界の裏方の人達の想いや頑張りが取り上げられており、とても印象深かったです。全ての出版社から１年間に出る新刊の数は７万点ほどと言われているそうで、同じようなテーマと売り上げの本があったら、書店員がどちらを応援したいと思うか？　人の心を動かすには、「直接会う」コミュニケーションが重要だと、改めて感じました。　（仰沢）

食べてmeal？ 飲んでみ～る？



広島の「牡蠣」

牡蠣の旬は11月～3月頃と言われており、２月はちょうど牡蠣が美味しく食べられる時期です。牡蠣の産地として有名なのは、広島県・宮城県・北海道などがありますが、今回は私の出身地である、広島の牡蠣について、ご紹介したいと思います。

広島県は、日本一の生産量を誇る牡蠣の名産地です。冬が旬の広島牡蠣は、小ぶりですが、濃厚でクリーミーなコクのある味わいが特徴で、加熱調理に適しています。

広島の牡蠣生産量が多いのは、瀬戸内海が養殖用の牡蠣いかだを浮かべるのに適しているからです。瀬戸内海は、本州と四国に囲まれており、また、湾内にも多くの島々があるため、波が殆どありません。初めて瀬戸内海を見た人は、あまりの静けさに、まるで湖のようだと驚きます。

もし、広島で牡蠣を食べる機会があれば、私が是非お勧めしたいのが、世界遺産・厳島神社の対岸で牡蠣の養殖・販売を行っている“島田水産”の牡蠣小屋です。

私は、小さい頃から牡蠣が苦手で、大人になってからも、かろうじて牡蠣フライが食べられる程度でしたが、島田水産の殻付き焼き牡蠣を食べてからは、牡蠣が大好物になりました。

ちなみに、島田水産の牡蠣小屋では、生牡蠣は食べられません。生食用の牡蠣というのは、水揚げ後に紫外線等で24～72時間程、殺菌する工程が必要なため、取れたばかりの新鮮な牡蠣をすぐ食べる場合は、加熱しなければならないのです。

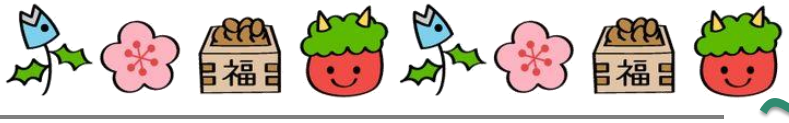
年末年始に広島に帰省した際、94歳になる祖母と、この牡蠣小屋に一緒に行った時に、「昔、海がもっと綺麗だった頃には、家の近くの海に入って、岩にへばりついている牡蠣を取ってその場で生で食べても、誰もお腹を壊したりしなかった」という話を聞き、とても驚きました。





島田水産では、11月～5月の間は、遊覧船で洋上の牡蠣いかだに行き、牡蠣の水揚げを見学して、そのまま厳島神社の大鳥居を船で遊覧するプランもあるようですので、牡蠣のシーズンに広島に行かれる機会のある方は、是非、体験してみてください！

（金子）



～まとめ～

前回のVIC通信に、私がよく通っている京都の車折神社のご紹介をしましたが、今回は、先日京都で初めて参拝した、鈴虫寺（華厳時）をご紹介します。

鈴虫寺は、一年中鈴虫の音を聞くことができることで有名な神社です。昔の住職が、秋の夜長に縁側で座禅を組んで瞑想していたところ、聞こえてくる鈴虫の音がとても心地よかったため、これをなんとか一年中聞くことができないかと考えたそうです。そこから、鈴虫の生態について研究し、今では5,000匹もの鈴虫を常時飼育できる環境を整え、参拝者は年中、鈴虫の音を楽しむことができます。



また、鈴虫だけでなく、入り口に立っている少し変わったお地蔵さんも大変有名です。お地蔵さんは本来裸足なのですが、こちらのお地蔵さんは、日本で唯一わらじを履いており、お地蔵さんが、願いを叶え救いの手をさしのべるために、お願いをした人の所まで歩いて来てくださると言われています。そのいわれから、鈴虫寺のお地蔵さんは、どんな願いでも一つだけ必ず叶えてくれるということで、沢山の人がお願いをしにきています。

こちらに参拝する際には、ご住職の法話を聞くことが必須とされています。

お茶とお菓子をいただきながら、部屋中に響き渡る鈴虫の音と、ご住職のありがたい法話を聞くと、心がデトックスされますので、皆様も是非参拝してみてください。

（金子）