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9月】



編集前記

皆さんこんにちは！９月になりました。秋ですね。
食欲の秋と言いますが、９月１４日が食いしん坊の日なのをご存知ですか？
「く（9）い（1）し（4）んぼう」（食いしん坊）と読む語呂合わせから、雑誌『dancyu』を発行する株式会社プレジデント社が、「食事をもっと美味しく、もっと楽しくすることを心掛けるとともに、生産者や料理人への感謝を忘れない、真の食いしん坊のための日」とすることを目的に制定し、2021年（令和3年）に一般社団法人・日本記念日協会により認定・登録されました。

秋（9月～11月）の旬な食べものといえば、「さんま」を思い浮かべますが、この時期に「さんま」は豊富なプランクトンや小魚を食べて脂肪を蓄えるので、身がジューシーで濃厚な味わいとなります。また、海水温が低いと脂肪が硬くなり、さんまの身にしっかりと脂がのるため、秋に美味しいさんまが楽しめるのです。

ところで皆さんは美味しい「さんま」をどのように見分けていますか？いくつかポイントがあるようなので、紹介します。
①お腹が硬い②黒目の周りの白い部分が濁っていない③青みがかったウロコが多い④尾の付け根や口元が若干黄みがかっている⑤大きくて厚みがある⑥尾を持ち、頭を上にして垂直に立てた際、刀のようにピンと一直線に立つ
※スーパーなどではあまり触れず、見た目の要素で選ぶようにしましょう。
⑥は衛生上やってはいけませんが、気になりますね。

秋に欠かせない「さんま」は、美味しいだけではなく、たくさんの栄養が含まれています。まずはDHA（ドコサヘキサエン酸）で脳や神経組織の発育を促し、機能を保持するといわれています。次にEPA（エイコサペンタエン酸）で、「血の巡り」をよくする効果があるといわれています。

追伸
「さんま」の塩焼きに欠かせない大根おろしには、消化を助ける働きを持つ消化酵素がたくさん含まれています。大根は皮に近い部分ほどビタミンCを多く含むため、「皮ごと」すりおろすのがおすすめです。
また、大根おろしは「辛さの調節」ができます。すりおろした直後は甘く、5分後には辛さが頂点に達し、そこからだんだんと辛味が減りはじめる特性があります。さらに大根の外側は辛く、内側は甘いため、どこをすりおろすかによって好みの味にすることができます。

ＶＩＣ通信も皆さんの栄養に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」

「メリハリ」の由来

今月は「仕事にメリハリをつける」「メリハリのある生活をする」など、日常でよく使う「メリハリ」の語源をご紹介いたします。

漢字では「減り張り」と書き、もともとは音の高低や抑揚、演技の強弱などを表す言葉でした。
「メリ」は「める（減る）」と書き、音を低くしたり、弱めたりすること。「ハリ」は「張る」と書き、反対に音を高くしたり、強めたりすることを表します。 江戸時代に歌舞伎について書かれた『歌舞妓事始』（1762年）という書物でも、「めりはり」という言葉が登場しているそうです。当時は、役者のせりふの高低や強弱など、声に抑揚をつけることを「減り張り」と表していたのです。

また、邦楽にはよく似た「メリカリ」という言葉もあります。笛や尺八などで、基本より低い音を「メリ」、高い音を「カリ」といい、音の高低や強弱を表すそうです。「メリカリ」は「メリハリ」よりも古い時代の文献にも登場しており、こちらが転じてメリハリになったという説もあるそうです。

現在では演技や音楽の場面に限らず、「メリハリのある生活をする」のように、物事の強弱や緩急をつけるという意味で広く使われるようになりました。生活も仕事もメリハリをつけることで、集中力が高まり、生産性も上がるとも言われています。

これを機に時間の使い方を見直し、メリハリのある生活をしたいと思います。（します！）　（大越）

けんげんいじょう（研修の現場からのいい情報）

「俳優メソッドに学ぶプレゼンテーション研修」を実施しました！

今月は、学校法人で実施した「俳優メソッドに学ぶプレゼンテーション研修」をご紹介します。

本研修は「聞き手を想像し、聞き手に分かりやすく伝えるスキルを学ぶ」ことを目的に開催しました。俳優として舞台やドラマに出演する講師が、感情を乗せて伝える「俳優メソッド」を交え、プレゼンテーションの講義を行いました。

冒頭で上司への提案や報告など、聞き手が一人の場合でもプレゼンテーションであることをお伝えしました。

そのうえで、プレゼンテーションの全体像を確認し、目的、聞き手に期待する行動、聞き手の現状を明らかにしていきます。続いて、シナリオを作成し、最後に話し方について確認しました。

プレゼンテーションを行う際は、話の内容(シナリオ)も重要ですが、声のトーンやスピード、身振り手振り、表情なども聞き手に大きな影響を与えます。

今回は、フランスの指導者であるベラ・レーヌが考案した、五感と想像力を使った俳優メソッドを取り上げ、「心の中のセリフ」を体験しました。口には出さないが、心の中で流れている言葉(心の中のセリフ)を意識することで、自然と感情を込めた言葉を発することができるというものです。

例えば、10年ぶりに偶然再会した同級生に言う「久しぶり」という一言でも、会いたかったと思っている同級生と、会いたくなかったと思っている同級生では、「久しぶり」に現れる声の調子やトーンが全く異なり、聞き手に与える印象が変わります。

心の中のセリフを意識し、最後には1分30秒のプレゼンテーションの実演を行いました。

受講者から、「ロールプレイングが多く、楽しく学ぶことができた」、「挨拶から業務まで活用できる」、「演じる練習をしたことにより、自分もできるという気持ちになった」という感想をいただきました。

ますますのご活躍を心より願っております。

（秋山）

「けんげんいじょう」のバックナンバーや、研修ご担当者様の声などは、会社ホームページでもご覧いただけます。
http://value-i.jp/

Newへぇ～S



お気に入りだった飲食店が、ある日突然閉店してしまい、「もうあの味を食べることができないのか」と残念に思った経験がある方も多いのではないでしょうか。特に、長年地域で愛されてきた店や、そこでしか味わえない料理の場合、その喪失感は大きなものです。

今回の記事では、そうした「失われてしまう味」を、屋号やレシピといった形で次の世代へ引き継ぐ、新しいM&Aの仕組みが紹介されています。会社や店舗そのものを売買するのではなく、その店が長年培ってきたブランドや味という「無形の財産」に着目している点が、とても興味深いと感じました。

～～

名店の味、M&Aで承継　屋号やレシピ「残す」に商機

「自分で店舗数を増やすことは難しいが、この味と屋号を広げてほしい」「店を売却してしまうと、収入が途絶えてしまう不安がある」といった売り手や、「人気店のブランドとレシピで多店舗展開したいが、M&Aに必要な調査や引き継ぎを簡単にしたい」という買い手のニーズは、「これまでのM&Aの仕組みではかなえられなかった」（株式会社ウィット 三宅宏通代表取締役）。

そこで会社や店舗の売却を伴わず、屋号・商標・レシピなどの無形資産だけを承継対象とする手法を考案した。名店の屋号やレシピの価値は利益や財務状況だけでは算定できない。このため口コミ評価や名物商品の価値などを勘案して承継を進める。（中略）

これからの時代は新市場を「起こす」とともに、「残す」発想が消費を動かすキーワードになる。

抜粋：日経新聞朝刊（8/21）11版　14面　ヒットのクスリ『名店の味、M&Aで承継』

～～

この仕組みが特に印象的なのは、口コミや名物商品の価値なども含めて評価している点です。数字には表れにくい「この店だから食べたい」「この味をなくしてほしくない」というお客様の思いも、立派な資産として計上することができるという考え方は、素晴らしいと思いました。

また、後継者不足は、飲食店だけの問題ではありません。伝統工芸や地域産業など、優れた技術や文化を持ちながら、引き継ぐ人がいないという課題はさまざまな分野にあります。

「価値あるものをどう残すか」という視点は、あらゆる分野で、今後さらに重要になっていくのではないでしょうか。　（金子）

今月の読書



『どんなピンチも乗り越え、成長を続ける
地域でいちばんピカピカなホテルのすごい仕組み』

著者：宝田 圭一
発行：2026年4月15日初版

著者の宝田氏は、中四国・九州を中心としたビジネスホテルを運営している、株式会社川六の代表取締役です。2000年に明治10年創業の老舗旅館、「川六」の５代目代表取締役に就任しますが、当時５億円の借金があり、2002年に宿泊特化型ビジネスホテルへの業態転換を決断し、経営を立て直しました。この際の再生手腕が認められ、他ホテルのリニューアルに関する相談が持ち込まれるようになり、2011年からホテル再生事業を本格化しました。

本書は、実際のホテル再生事例などをあげ、経営改善手法「川六モデル」の仕組みを紹介しています。

川六は旅館からビジネスホテルに業態転換をした際に、ミッションとして「挨拶・掃除・電話でお客様に感動を！」を掲げました。誰にでもできる３つのことを、誰にも真似できないレベルで徹底し、ピカピカなホテルを目指しています。これらは川六のおもてなしの心を体現するもので、実際に徹底することで、ホテル・お客様・スタッフが輝き出す、再生ノウハウの核心だそうです。

川六のホテル再生では、大規模な建て替えや人の総入れ替えは行わず、一定の手順と考え方に基づき運営の仕方を見直しています。この仕組みを「川六モデル」と呼び、その軸の１つが、「人の好循環を回す」です。

まず従業員満足度を高めたうえで教育（挨拶・掃除・電話）を行い、お客様満足度を高めます。獲得した利益で福利厚生を充実させて従業員満足度を高め、更なる教育を行い、よりお客様の満足度を高めるサイクルを回し続けます。

人の好循環では、お客様満足が従業員満足の「結果」であり、従業員満足はその「原因（起点）」と考え、従業員満足度を重要視しています。それは、原因に向き合わずに結果だけを求めても持続的な成長は望めないからだそうです。

また、従業員満足には、明確な指針と教育が必要だと言います。

> 「従業員重視」を掲げながら、お客様満足につながらない会社の多くは、従業員の満足度を高めているつもりで、実際には甘やかしています。期待する基準や教育を示さないまま、「社員の負荷や責任を軽くすれば従業員は満足する」と思い違いをしているのです。（中略）
>
> 従業員満足をお客様の満足、会社の収益につなげるには「社員教育」が欠かせません。
>
> 教育を通じて、会社が目指す方向と、社員一人ひとりが仕事に求める意味をすり合わせていく。価値観や考え方が揃うと、現場の動きも揃い、組織の力が自然と強くなります。（中略）
>
> 人の成長なくして、企業の成長はありません。従業員が成長してはじめて、お客様満足度を高めることができます。
>
> とくに中小企業にとって、人材の成長こそが、会社の成長そのものです。中小企業が利益を生み出すためには、「お金と手間をかけて社員を育てる」ことが、もっとも確実な方法だと私は考えています。（P.215-216）

こうした考えのもとでコロナ禍に行った取り組みが、とても興味深いと思いました。

> コロナ禍で私が強く意識していたのは、「時間の使い方」でした。
>
> お客様が減り、接客の時間は確実に少なくなっていく。一方で、人は現場にいる。見方を変えれば、社員教育にとって、これ以上ない条件が揃った時間でもありました。
>
> 私はこの時間を、「お客様がいない＝仕事がない」ではなく、次の繁忙期に向けた準備の時間として位置づけました。ホテル運営の裏側を整える時間にしようと考えたのです。（中略）
>
> 私は以前から、「設備はお金をかければ、比較的短期間で整えられるが、人はそうはいかない」と考えてきました。
>
> 人はすぐには育たない。だから時間をかけて、教育を続ける必要があります。コロナ禍は、そのための時間を結果的に与えてくれたともいえます。（中略）
>
> 新卒採用を止めなかった判断も、社員教育の延長線上にあった選択です。
>
> コロナ禍は、事業のスピードを落とす時間ではあっても、人を育てる歩みまで止めてよい時間ではありません。むしろ、教育に腰を据えて取り組める状況であったため、「将来を見据えた採用に踏み切る意味がある」と判断しました。（P.15-16）

ピンチをチャンスに転換し、「人」に注力する判断は、なかなかできることではないと思います。負債を負った業態転換時に、「身をもって学んだ『仕組みを変えれば、ホテルは必ず再生できる』という確信」という著者の言葉も、強く印象に残りました。

インタビューでは、スタッフが実感した自身やお客様の反応の変化についても語られています。教育で自信がつき、実際に「人」が変わり、ピカピカの笑顔でお客様に響く接客につながっているのだと感じました。「川六モデル」は、環境整備とDX化による仕組みの好循環もあわせ、業務負担を減らして生まれた時間と心の余裕を、あたたかいおもてなしに注ぐ仕組みでした。（卯沢）

食べてmeal？ 飲んでみ～る？

「紅茶」



最近、セブンイレブンの一部店舗で、コーヒーと同じように専用のマシンで淹れたての紅茶を楽しめるようになったのをご存じでしょうか。「セブンカフェ ティー」では、ダージリンブレンド、アールグレイ、アッサムブレンドなどの種類を選ぶことができ、茶葉を蒸らして一杯ずつ抽出してくれます。

というわけで私も早速「セブンカフェ ティー」でアイスティーとアイスミルクティーを飲んでみました。自分の好きな茶葉を選ぶのも楽しく、香りも非常に良く、コンビニで美味しい紅茶が飲めるとは…と驚きました。日頃はもっぱらコーヒーを飲む私ですが、これを機に紅茶に興味を持ち色々調べました。

まず、はじめに驚いたのが、実は「緑茶と同じ植物から作られている」ということです！（みなさまはご存じでしたでしょうか？）

紅茶も緑茶も、元をたどれば「チャノキ」の葉から作られています。チャノキの原産地は幅広く、中国南部からミャンマー、インド北東部などにまたがるアジアの山岳地域と考えられており、発祥までは不明とされていますが、中国種とアッサム種の2種類をルーツとしているそうです。（日本茶は基本的には中国種に分類されるそうです）

さて、ではなぜ色も香りも味も、あれほど違うのか。それは、摘み取った後の「発酵（酸化）の度合い」によるそうです。緑茶は「火入れ→揉む→乾燥（無発酵）」、紅茶は「発酵→揉む→発酵→乾燥」という工程の違いがあります。ちなみに烏龍茶も同じ茶葉から作られるのですが、「発酵→火入れ→揉む→乾燥」という工程だそうです。

同じ茶葉でも、つくり方によって緑茶にも、紅茶にも、烏龍茶にもなるということです。そう考えると、いつもの一杯が少し違って見えてきました。



そして最近、紅茶の中でも目にする機会が増えているのが「和紅茶」です。
和紅茶とは、日本で栽培された茶葉を使い、日本国内で作られた紅茶のことです。
海外の紅茶と比べると、渋みが穏やかで、やさしい甘みやすっきりとした味わいのものが多いと言われています。明治時代から製造されている和紅茶ですが、最近注目されている理由の１つに若年層を中心としたヌン活（アフタヌーンティー活動）ブームなどもあり、紅茶ファンが拡大しているためと言われています。

今度の休みの日には和紅茶を飲みに行って、ゆったりとした昼下がりを過ごそうと考えています。
みなさんもご自身に合った一杯を見つけに行かれてはいかがでしょうか。

（大越）

～まとめ～



私は数年前まで成田に住んでいました。あまり知られていませんが、実は成田は天然温泉の湧出地が多くあり、近隣に日帰り温泉が数多くありました。休日には、よく近くの温泉へ体を休めに行っていました。

東京に引っ越してきてからも、休みの日に温泉に行きたいと思うことがよくあり、理想の日帰り温泉を探すべく、色んな場所に足を運んでいたのですが、人が多すぎたり、清潔感に欠けていたり、遠すぎたりと、なかなか通いたいと思える日帰り温泉に出会えずに3年が経ってしまいました。

ところが先日、ついに理想的な日帰り温泉をみつけました！

“東京前野原温泉さやの湯処”は、板橋区に位置する源泉かけ流しの天然温泉です。ここが素晴らしいのは、都心でありながら、敷地内に広大な庭園があるため、露天風呂からの眺めが素晴らしいことと、落ち着いた雰囲気で、土日でも人が多すぎないところです。また、こちらの併設食事処の料理は素晴らしく、日本庭園を眺めながら本格的なお蕎麦が食べられます（写真はお食事処で撮影した一枚です）。

夏バテで体が疲れた時には、近場の温泉でゆっくりしてみてはいかがでしょうか？

（金子）