

GSway

ともに歩み、ともに進む

15
Jul. 2022

02 | 特集

「GS VISION 2030」さらなる革新と挑戦を



07 | 支店へようこそ！（広島支店）

08 | お客様とともに歩む

10 | グローブシップ ナウ！

12 | 春風亭昇吉の耳寄ばなし与太ばなし

戦略FMパートナー
 **GLOBESHIP**



代表取締役社長 矢口敏和

新ビジョンと第3次中期経営計画の実現に向けて

グローブシップでは、事業を取り巻く環境を踏まえ、2030年を着地点とした「GS VISION 2030」を新たに目指す姿として策定。4月からはその実現に向けて「第3次中期経営計画」(2022～2024年度)がスタートしました。特集の前半では、代表取締役社長矢口敏和より、これまでの企業活動の概観と当社の目指すあり方について、改めてご紹介します。

将来を見据えた

「GS VISION 2030」の策定背景

私たちは、第1次中期経営計画(2016～2018年度)においては、グローブシップのブランド強化を目的とした基盤づくりに一丸となって取り組みました。

続く第2次中計の実施時期(2019～2021年度)は外部環境が大きく変わり、新型コロナウイルスの感染拡大時期にも重なりました。また国内企業における人手不足の深刻化は大きな社会問題にもなり、当社も例外ではありませんでした。

そこであえてこの3年間は、売上を多少犠牲にしても内部体制を強化して次なる成長機会に備えよう判断しました。

私たちの資産は「人」です。優れた技術やサービスがあっても、「人」がいなくともお客様にそれらをお届けできないことに改めて立

ち戻り、社員の定着を図るために処遇面の抜本的な見直しを手がけました。さらに、質の高い仕事と労働生産性の向上を目指し、本社オフィスレイアウト変更をはじめとする働き方改革を推進しました。

第1次・第2次中計の取り組みと成果を踏まえ、当社は新たな成長に進む段階にあると認識しました。そこで、2030年までのGSグループ全体のビジョンとして策定したのが、「GS VISION 2030」です。さまざまな外部要因や変化し続ける経営環境を背景に、8年後、グローブシップはどうあるべきかについて昨年末の役員会議より議論を重ねてまいりました。

最終的には『FM業界のゲームチェンジャーになろう』『オンリーワン企業を目指そう』というみんなの思いが集約され、全役員の方針をもってこれをスローガンに掲げることにしました。

当社では、グループ全体の価値基準に「革新」「挑戦」という言葉があり、普段から大切にしています。新しいビジョンは、この言葉を今の私たちの姿勢として捉え直したものだと思っております。

積極的なアライアンスで組織の成長を

第3次中計では、サービスメニューの拡充を目的にアライアンスを積極的に進め、さらなる同業他社との差別化を狙います。当社には約70年の業歴があり、多くの優良企業様との信頼関係の中で培ってきた営業基盤があります。しかし、高い業務品質をご提供しつつ、商品・サービスを単独で研究開発するには、事業として限界があることも事実でした。

弊社はここ数年、他社とのアライアンスに取り組んでまいりましたが、その成果実績がサービスメ



ニューの開発に 極めて有効だと実感するようになりました。特にロボットやセンサー技術、AI、DXなど高度な情報技術は、専門的なノウハウを持つ外部企業と連携することでスピード感をもった展開を可能にしました。

AI清掃ロボット「Whiz/Whiz i」(ソフトバンクロボティクス社製・アイリスオーヤマ社製)は既に200台以上を導入いただき、当社の強みになっています。また現在、AIヒト型ロボット「アイオロス・ロボット」(アイオロス社製)の導入を検討しています。同機にはエレベーター移動を含めた巡視機能や紫外線除菌機能があり、警備やデリバリーロボットとして活用の道筋を模索し、本社ビル内でテスト導入をしています。

SDGs 目標達成につながる事業活動のあり方

国際社会では現在「持続可能な

開発目標(SDGs)」を掲げ、その達成に向けて取り組んでいます。一方、私たちは企業理念に「快適環境創造」を掲げて事業活動をしており、SDGsとは親和性が高いと考えています。

今後はSDGs17項目の目標の中から当社が事業を通じて貢献できる8項目を取り入れ、環境マネジメントシステムISO14001を継続しながらも、日常的な業務遂行がそのままSDGsの目標達成を目指す行為につながる仕組みを作ってまいります(6ページ参照)。

エンゲージメントを高め能力を最大限に引き出す

「エンゲージメント」という言葉がありますが、グローブシップでは、一人ひとりの社員が能力を最大限に活かすことができ、それによって組織が成長していく、そういう会社になりたいと考えていま

す。そのためには、人事評価制度を見直すなど新しい価値基準を取り入れ、女性や外国人などバックグラウンドが異なる人たちが持ち味を出しながら活躍できる、環境や仕組みづくりに取り組んでいきます。皆で掲げた会社方針に社員が共鳴し合い、やりがいを感じながらそれぞれの持ち場で業務を遂行する。そんな高いエンゲージメントの下、誰もが活躍できる会社にしていきたいです。

当社がこれまで掲げてきた「戦略FMパートナーのグローブシップ」「かけがえのないビジネスパートナーに」という思いは今も変わりません。

第3次中計の遂行を通じて一段と努力し、お客様から自然とそのような存在だと認識いただけるような会社になりたい。この3年間はまさにチャレンジの年です。今後の当社の事業活動にどうぞご注目ください。

座談会

第3次中計でGSはこう変わる

2030年の当社のあるべき姿を定めた「GS VISION 2030」を実現するため、第3次中期経営計画の実行がスタートしました。その柱となるのは、「成長戦略」「基盤戦略」「サステナビリティ戦略」です。戦略の主体となる各部門のリーダーが具体的な施策プランを示すとともに、取り組みに向けたお互いの意思を確認しました。



(写真左から)
 司会進行 常務取締役 勝 仁志
 執行役員 FMDX開発事業部 諸橋 勝悟
 執行役員 営業七部長 三宅 勲
 理事 経営企画部長 兼 関連事業部長
 兼 新規事業開発部長 森本 浩一

各戦略の主体的な担い手を明確にして計画をスタート

勝 第3次中期経営計画で示された3つの戦略(成長戦略・基盤戦略・サステナビリティ戦略)を実行する各部門を束ねる部門長に集まってもらいました(次ページ図参照)。

戦略の骨子や、部門長としての意気込みについてお話ししたいと思いますが、まずは第3次中計の策定を取りまとめた経営企画部に目標の実行体制についてお聞きします。

森本 各戦略は複数の目標や計画で構成されており、多岐にわたる施策を3年間で集中的に展開する

には、それを実行する体制を固めることが欠かせません。

経営企画部では戦略の推進に先立ち、部門や部門横断的な部会、委員会をはじめとする、それぞれの施策の主体的な担い手と責任の所在を明確にして、社内に周知しました。その上で今年度にとスタートした第3次中計は既に緒に就いており、具体的なアクションプランが経営会議の場などで発表され始めています。今後は各施策の数値目標を定めて進捗状況を把握し、必要とするサポートがあれば経営企画部を挙げて支援・協力していきます。

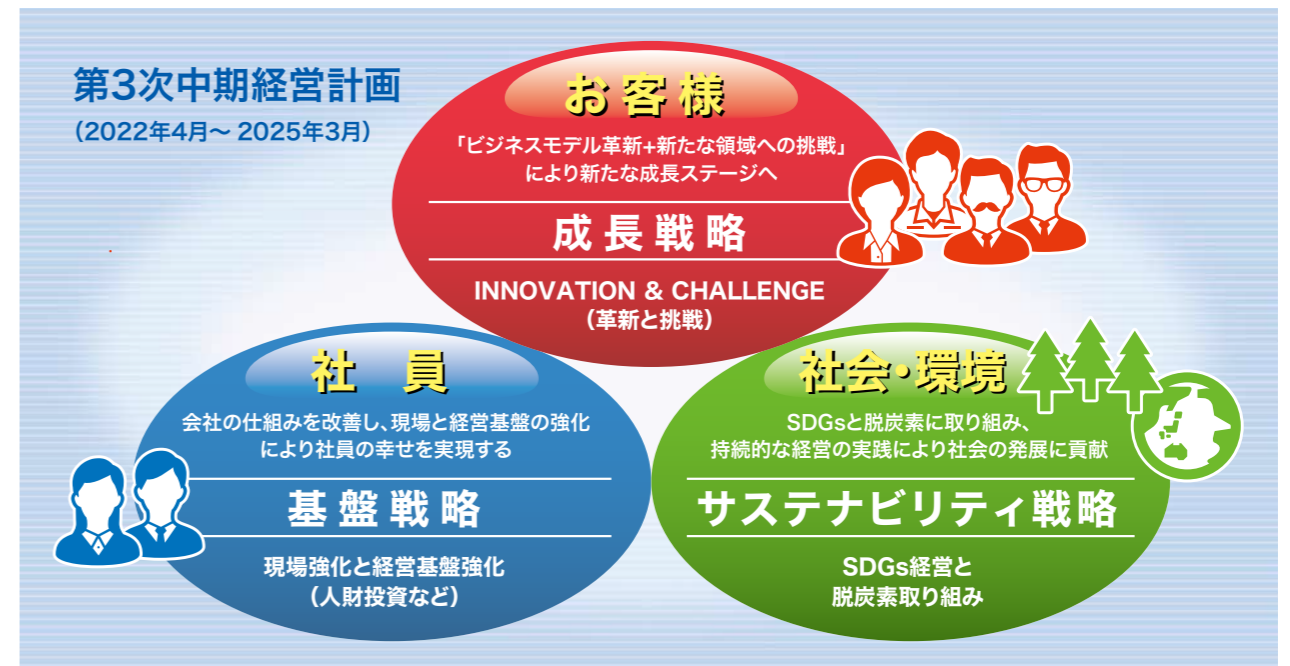
新たな成長ステージを見据えビジネスモデルを革新

勝 それでは3つの戦略の具体的な内容や狙いについてご説明いただけます。

「成長戦略」のコンセプトは「INNOVATION&CHALLENGE」ですが、この戦略によって当社のビジネスモデルはどのように変革されることになるのでしょうか。

諸橋 「成長戦略」の大きな柱となるのがビルメンテナンス業務の革新で、恒常的な人手不足に対応するため、また社員の業務負担を効率化してより働きやすい環境を構築するため、ロボットやIoTの積極活用による省人化・省力化に注力します。清掃領域では清掃ロボット「Whiz/Whiz i」が全国ですでに200台以上稼働しており、運用ノウハウの蓄積に伴ってお客様への提案力も増してきました。

第二の柱となるのが、AI(人工知能)やセンシング技術を駆使し



た新たなロボットの投入によるさらなるDXの推進です。アイオロス社製の「アイオロス・ロボット」は、自らエレベーターで目的階へ移動しながら紫外線除菌作業・警備そしてデリバリーを行うことを目的とした、巡視ロボットとして当社の本社ビルで試験的に使っています。今後は、現場への投入を前提とした実証実験も加速させたいと考えています。

また、これまでは設備業務・清掃業務・警備業務を個別に行ってきましたが、今後は従来のFMを基盤に建物施設の管理運用だけでなく、総務・経理・人事等の管理業務に至るまでの幅広い業務をサポートするIFM(インテグレートド・ファシリティ・マネジメント)の実現を目指します。そのことによって、「GS VISION 2030」で示された「FM業界のゲームチェンジャー、オンリーワン企業になる」という目標に大きく近

づけると思います。

勝 その実現に向けて、FMDX開発事業部ではどのようなロードマップを描いていますか。

諸橋 設備・清掃・警備業務などのスマート化とともに管理ツールの電子化も進め、それを現場に落とし込めるよう仕様書を整備します。そうした準備をきちんと整えた上で、革新的な設備・清掃・警備業務をお客様に円滑にご提供できるようにする計画です。

勝 私たちが取り組もうとしている新たな顧客層の開拓や新たに創出するサービスには、どのようなものがありますか。

森本 例えばメーカーや物流、データセンター、官公庁などをご提案先として想定しています。さらにビルメンテナンスというコア事業の強化に留まらず、高度な技術やノウハウを持った異業種との柔軟かつ多様なアライアンスを組むことで、将来的に例えば不動産賃

貸や都市開発など、多角的な事業展開を視野に入れていきます。

生産性と働きやすさの向上で経営基盤の強化を図る

勝 続きまして、現場強化と経営基盤強化に向けた「基盤戦略」の方向性についてお話しください。

三宅 労働集約型ビジネスであるビルメンテナンス業界の経営基盤は何といたっても人材です。継続的な経営課題である人手不足に対しては、キャリアパスの確立や人事評価制度、さらなる処遇の見直しなどによって就労の定着を図るとともに、高齢者の労働力も積極的に活用していく方針です。現在、ミャンマーからの外国人技能実習生を受け入れていますが、今後はそれ以外の国からの受け入れも検討していきます。

勝 社員の生産性向上に寄与するオフィス環境の整備についてはどうでしょうか。

ニーズに合わせて積極的にご提案
 地域での存在感を高めたい



うちの自慢のスタッフです



■支店スタッフ 寺本順
 入社5年目、主にコールセンター業務を担当。時間管理能力が高く、業務が立て込んでいる時も手際よく丁寧な仕事ぶりに定評がある。今後は後輩を育成する側に立ち、支店をリードしてほしいと期待を寄せられる。

JR広島駅からほど近くに拠点を構える、グローブシップ(株)広島支店。その前身は(株)ビル代行大阪支店の出先機関として広島事務所が設置されたことに始まり、主に大手保険会社のコールセンター業務を受託してきました。そして2015年にグローブシップ(株)スタートと同時に広島支店に昇格し、業務機能が拡充しました。同支店では支店昇格を機に、営業管轄エリアを大幅に拡大。広島県をはじめ中国5県、四国2県(愛媛県・高知県)の計7県が対象となりました。現在はパートを含め11名で、31の管理物件をお預かりしており、清掃業務、設備管理で管轄エリアに貢献しています。コンパクトな人員体制で、お取引先様へ高品質のサービスを安定的にお届けするには、エリア内の協力パートナーとの綿密な連携が欠かせません。支店では、定期ミーティングの他にも、現場巡回などで現場の課題をこまめに共有しています。支店スタート当初から支店長を務める吉松卓は、「県内では後発で、地元企業同士の結束力が強い



広島支店
 支店長 吉松卓
 支店スタッフは皆、フットワークが軽いため、遠隔地のご依頼でも飛んでうかがいます。日常業務でお困りごとなどがあれば、ビルメンテナンスに限らずぜひご相談いただきたいです。

ため、新規ご契約は難しい部分もある」と、状況を説明しながらも、「近県エリアではあまり取り扱っていない清掃ロボット『Whiz/Whiz i』や、抗菌コーティング『デルフィーノ』などは、他社と差別化できるサービスとして、積極的にご提案しています。直接ご契約につながりなくとも、お役に立てるきっかけづくりに」と、前向きです。「今後は、広島市内でのご提案を強化していき、地元で事業の根を深く張れるようになっていきたい。そのためには、同業者からの情報収集も重要と考えています」と続けます。限られた人員を最大限に活かして、さらなる前進を目指す広島支店にご注目ください。

支店情報
 グローブシップ株式会社 広島支店
 ■所在地：広島県広島市南区松川町1-19 太陽生命広島松川ビル
 ■管理物件：31件
 ■従業員：11名(パート含む)

三宅 私どもの業務遂行には、報告書や契約書などの書類がつきものです。本社ではここに注目し、大半の書類を電子化するとともに、これまで紙文書を回覧しながら担当者が判を押していた承認フローをデジタル化。その結果、業務生産性を大きく向上させることができました。また、大量の書類を保存していたロッカーの数を大幅に減らし、生じた空間にさまざまなコミュニケーションスペースを設置。併せてフリーアドレス制を導入したことで、社員が部門の枠を超えて意思疎通できる環境を用意しました。このことは、新たなアイデアの創出を促すことにも寄与しています。森本 文書の電子化やデジタルサイネージの導入などによってペーパーレスの文化がすっかり定着しました。経営会議でも紙の資料を配付しなくなっています。勝 確かにこの1年ほどの間に、本社のオフィスの雰囲気はがらりと変わりましたね。諸橋 各フロアに多様なコミュニ

ケーションスペースができたことで、正式な会議というほどではないちょっとした打ち合わせをしやすくなりました。社員間のコミュニケーションが密になったことは、働きやすい環境づくりにも貢献していると思います。三宅 これからの3年間でさらに働きやすさを高めるため、引き続き業務改革を推進してまいります。本社でのこうした試みは、全国各地の出張所にも逐次展開する予定で、全社の業務生産性を高めることで現場強化と経営基盤強化につなげたいと考えています。経営の持続性を高め 社会の発展に貢献する 勝 3つ目の戦略は、持続的な経営の実践によって社会の発展に貢献する「サステナビリティ戦略」です。森本 経営企画部が環境推進委員会と連携して推進母体となる「サステナビリティ戦略」は、大きく「SDGs経営」と「脱炭素」で構成されます。当社には社員の行動指

針をまとめた「GS WAY」において、「環境配慮」や「快適空間の創造」などSDGsに通じる姿勢が示されています。また、ISO 14000の活動で環境保護対策を進めてきた経緯もあります。これらをSDGsの枠組みで改めて捉え直し、17の目標から8つをピックアップして第3次中計で目指すべきゴールに設定しました(下図参照)。具体的な施策としては、清掃サービスのエコマーク認定を取得するといった活動が挙げられます。「脱炭素」については、環境推進委員会で取り組み計画を具体化していく予定です。「SDGs経営」も「脱炭素」も、そのための行動を新たに起こすというより、日々の業務を着実に遂行することで自ずと達成に結び付くものと認識しています。諸橋 私の所属するFMDX開発事業部でいえば、清掃ロボット「Whiz/Whiz i」の活用などは、まさに「SDGs経営」や「脱炭素」につながります。三宅 ビルメンテナンス業務によって省エネやクリーンを追求する私たちのビジネスは、そもそも環境産業であり、以前からSDGsの精神を体現してきたといえます。その取り組みを第3次中計の戦略の1つに位置付けることで、社員が自らの業務の本質を改めて深く理解するきっかけになるのではないかと期待しています。

グローブシップが導入する SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
 SDGs8つの項目

| | | |
|-----------------------|--------------|------------------|
| 3 持続可能な社会を築く | すべての人に健康と福祉を | 8 豊かにも経済成長も |
| 4 質の高い教育をみんなに | | 11 住み続けられるまちづくりを |
| 5 ジェンダー平等を実現しよう | | 12 つくる責任、つかう責任 |
| 7 エネルギーをみんなに、そしてクリーンに | | 13 気候変動に具体的な対策を |

大規模商業施設の上に建つオフィスと 恵比寿駅の上に建つオフィスと

JR恵比寿ビル(東京都)



JRと東京メトロが乗り入れ、近隣住民や通勤客など多くの人が利用する商業施設「アトレ恵比寿」と、テナントオフィスが入居する「JR恵比寿ビル」「アトレ恵比寿西館」の設備管理について、JR東日本ビルテック株式会社恵比寿駅ビル事業所長の川崎修治様に話をおうかがいし、グローブシップ・恵比寿駅ビル出張所設備長の佐々木淳が業務について説明します。

駅直結、好立地の複合ビル

JR山手線と埼京線、東京メトロ日比谷線が乗り入れる恵比寿駅。この恵比寿駅の上に建つJR恵比寿ビルは、1階から7階に商業施設「アトレ恵比寿(本館)」が、7階から14階にテナントオフィスが入居する複合ビルです。1997年の竣工以来、オフィス利用者を中心とする広域の通勤ニーズと、近隣住民の生活ニーズに対応するビルとして多くの人に利用されています。2016年には、恵比寿駅の東口から西口をつなぐコンコースの新設と同時に、「アトレ恵比寿西館」がオープンしました。

恵比寿駅ビルは、駅に直結したビルであるという特性から、多様かつ重要な役割を担っています。その一つが、環境に配慮した排水の利用です。ビル内ではトイレの手洗い後の排水を、便器洗浄の水として再利用していますが、JR恵比寿駅構内のトイレにもこの排水を供給。また、駅施設の一部や恵比寿駅西口の1階と3階を結ぶエスカレーター、恵比寿駅と恵比寿ガーデンプレイスをつなぐ動く歩道「スカイウォーク」にも電力を供給しています。

災害発生時には帰宅困難者の受け入れを想定するなど、防災拠点としての機能も持ち合わせていま

す。72時間稼働する非常用電源設備やBCP対応のデジタルサイネージを備えるほか、1階のエントランスには、仮設型トイレと排水溝を直結させられる、改良マンホールを用意しています。さらに、1階には止水板を準備し、水害対策も講じています。

快適で安全な施設を目指して

JR恵比寿ビルと恵比寿駅の施設は、構造上は分離していますが、例えばアトレの店内で火災報知機が鳴った場合、駅側にもその警報が即時に伝わります。それが機械トラブルによる誤報だとしても、駅では、電車の運行を止めて安全確認を行うこととなります。

「火気器具の使用や漏水などに最大限の注意を払って業務を行うほか、トラブルが起きた際には迅速に対応できる体制を整えています」(JR東日本ビルテック恵比寿駅ビル事業所長川崎修治様)。

多くの人が訪れる建物では、利用者の立場に立った空調管理が不可欠です。例えば、季節を先取りした服装で接客する店舗スタッフ

と外から店内に入ってきたお客様とは、温度の感じ方は異なります。また、オフィスフロアではコロナ禍の影響で利用者数の増減があるなど、季節や利用状況に応じた温度管理が必要になります。

また、梅雨時期にはフロア内を冷やしすぎると結露が発生することがある一方で、生鮮食品を扱う店舗では商品の乾燥に配慮が必要になるため、湿度の調整も重要です。「お客様の快適性を最優先し、各店舗やオフィスの担当者とは細かなやりとりをしながら、空調管理を行っています」(川崎様)。

竣工から約25年が経過したJR恵比寿ビルは、大型設備の更新時期にさしかかっています。現在、空調設備関連の工事を進めており、今後はエレベーターやエスカレーターの更新作業を計画しています。

大型設備の更新作業は、商業施設の閉店後に実施。また、電気設備に関連した機器の更新時には停電の可能性を考慮し、電車の運行



JR東日本ビルテック株式会社恵比寿駅ビル事業所 所長 川崎修治様(右)とJR恵比寿ビル出張所 設備長 佐々木淳(左)

時間外に行うなど、綿密な計画のもと作業を行います。

公共交通機関への影響まで視野に入れた緊張感のある現場で、グローブシップの担当者はJR東日本ビルテックのスタッフと同じ防災センターで業務を行い、日頃から緊密な連携体制をとっています。

「設備更新の際は、グローブシップの担当者に打ち合わせから設備の施工後の確認まで、すべての段階で参加してもらっています。今後は修繕工事や設備投資工事関連の業務にも協力してほしいと思います」(川崎所長)。

グローブシップJR恵比寿ビル出張所設備長の佐々木淳は「これまでの設備管理業務の経験を活かし、今後は工事業務でも提案ができるよう尽力したいと考えています」と語ります。

常にお客様の視点に立ち、快適で安全な環境づくりを目指して、さらなる連携体制の強化を図っていきます。

出張所概要

JR 恵比寿ビル出張所

■受託サービス：設備管理

■配置人数：GS9名(JRBT5名)



恵比寿駅からガーデンプレイスまで伸びる「スカイウォーク」と、ホームに入ってくる山手線

Building Profile

- 所在地：東京都渋谷区恵比寿南 1-5-5
- 敷地面積：60,200㎡
- 延床面積：10,648㎡
- 主要用途：テナントオフィス、物販・飲食店等



屋上庭園

グローブシップの新しい仲間 2022年度「入社式」

グローブシップでは2022年度、21名の新入社員を迎えました（大学卒16名、専門学校卒2名、高校卒3名）。職種別では、総合職は9名、設備職に12名の採用を行いました。

また、2名の外国籍社員も入社。これにより当社では、技能実習生49名を含め全部で155名の外国籍社員が活躍しています（7月1日時点）。

当社では、多様なバックグラウンドを持つ人材を幅広く受け入れています。各社員それぞれの個性を活かし、気持ちよく働くことで個々のパフォーマンスの向上を促し、変化が激しい外部環境に的確に対応できる、しなやかで強靱な会社組織を目指しています。

入社式では、社長の矢口より「当社の行動規範である『GS WAY』の中核を成す考え方は『革新』と『挑戦』です。コロナ禍においては世界中で多くの不自由を強いられました。しかし、その一方でデジタル技術などは大きく発展しています。当社で



も、『革新』と『挑戦』への想いを抱きつつ、社会の一員になるとともに、『人に役立つ』『人に喜んでもらう』というマインドで仕事に臨んでほしい」との言葉がありました。

新型コロナウイルス感染症の影響で大きな変化を迎えた時代において、新たな視座を持って業務に励み、お客様のニーズや期待に応えてくれると期待しています。

さらなる業務品質向上を目指す 「第6回GS WAYコンテスト」開催

行動規範「GS WAY」の現場での浸透を目指し、スタートした「GS WAYコンテスト」。第6回目は前回に引き続き、本社ビル9階会議室と遠隔地をリモートでつなぎ、128名が参加するなか6月9日に開催しました。開会の辞では社長の矢口より、「GS WAYをより現場に即して実践しやすいよう策定した『GSOP（GS標準オペレーション）』の浸透は、ブランド戦略の中核を成すもの。所長をはじめ指導の立



第6回「GS WAY コンテスト」受賞出張所

| | | |
|-----|----------------|---------|
| 金賞 | 恵比寿プライムスクエア | (営業四部) |
| 銀賞 | 東京電力群馬総支社前橋事務所 | (群馬支店) |
| 銅賞 | 東洋大学赤羽台キャンパス | (営業二部) |
| 特別賞 | 共栄火災世田谷事務センター | (営業四部) |
| 優秀賞 | さっぽろ創生スクエア | (札幌支店) |
| 優秀賞 | 本田技研工業 | (宇都宮支店) |
| 優秀賞 | 芦屋浜高層住宅 | (大阪支店) |

場にある人にもよく見ていただき、支援に努めてもらいたい」と伝えられました。

大会で発表をしたのは、全国240の出張所から事前に各部門・GS WAY 専門委員推薦により実績が評価された7出張所。職場内コミュニケーションや情報共有の仕方などGSOPの浸透によって具体的にもたらされた成果や取り組みが紹介されました。

この内容を受け、後日行われた社員投票により受賞が決定（別表）。金賞には「恵比寿プライムスクエア（営業四部）」の実践内容が評価されました。

当社では、優れた取り組みを水平展開するなど、今後もさらなる現場力の強化とグループ全体での業務品質を高めてまいります。

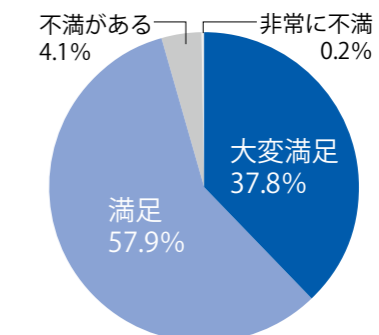
お客様からの声を活かす グローブシップCSアンケートを集計

2022年1～3月にかけて、「2021年度グローブシップCSアンケート」を行いました。本社や支店のお客様を対象に、当社に対する満足度をWEBと用紙を用いて実施。昨年より多くのお客様からの回答を得ることができました。

前年より0.5%上回る95.7%のお客様から「満足」以上の評価をいただきました。一方で、不満を感じている部分を知れたことは、今後の課題として改善してまいります。

この結果を受け、本社と支店が一丸となって業務

CSアンケート全社の全体評価



に取り組み、業務品質と満足度の向上に向け、お客様の期待に応える「戦略FMパートナー」として邁進してまいります。

パラアルペンスキーで大活躍 当社所属の津田幸祐さん銅賞!

2022年4月4～7日に、長野県野沢温泉スキー場で「2022パラアルペンスキージャパンカップ」が開催されました。本大会は、国際競技規則を適用した質の高い競技会を通じて、パラスポーツの認知度や競技力などの向上を目指し、障害者の社会参加を促進し、活力ある共生社会の創造を目的としています。

本大会で、グローブシップ所属の津田幸祐選手が知的障害の部門で3位を飾る大活躍。津田選手からは「昨年の大会より滑りもよく、スピードも出た。強化合宿から今日までの練習の積み重ねを発揮できた」とのコメントがあり、次のシーズンに向けて準備を重ねていくとのことでした。



颯爽と滑る
津田幸祐さん



社長賞の表彰
を行いました

昇吉師匠のコラムがスタート! 真打・春風亭昇吉師匠を紹介

2007年に東京大学を卒業し、そのまま落語の世界の門を叩いた春風亭昇吉師匠は、11年には二ツ

目に昇進し、気象予報士の資格を取得、21年には真打に昇進しました。現在は書籍の出版やテレビ出演など、マルチに活躍されています。

今号より、皆様に落語のおもしろさを伝え、誰かに話したくなる昇吉師匠の連載が幕開けいたします。

編集後記——当社のSDGsの取り組みはSDGsの17ゴールの内から8つをゴールと決めました。当社のミッションは「地球にやさしく、お客様の安全・快適な環境づくりに寄り、社員の幸せと社員の発展に貢献する」としています。また行動規範である「GS WAY」の中では「環境」「社会」「安全」「地球」などのキーワードを掲げています。このことから、「快適環

境を創造し、サービス価値を明らかにし、その担い手を支えることで、まちを持続可能に導く」というSDGsのストーリーを定めました。まちにおける健康空間の創造、クリーンエネルギー、教育・研修の充実、女性活躍推進なども進めます。今後も事業を通じて社会課題の解決と持続可能な社会の実現を目指し取り組んでまいります。（管理本部長 佐藤武男）

春風亭昇吉の 耳寄はなし与太ばなし

1

早起きはそれほど得じゃない? 名作「時そば」でみる時間とお金



春風亭昇吉／落語家
1979年岡山県生まれ。史上初の東大出身落語家。在学中に全日本学生落語選手権・策伝大賞で優勝し、東大で初の総長大賞に輝く。2007年に春風亭昇太師匠に弟子入り。厳しい修業時代を経て、2021年に真打昇進。気象予報士やテレビ番組の司会等、広範に活動を展開している。

誰でも知っている落語の一つが「時そば」でしょう。江戸時代、屋台の蕎麦の相場は「二八の十六文」と語呂合わせで呼んでいました。

現代の蕎麦が約400円だとすると、一文＝約25円。「早起きは三文の得」といいますが、75円。塵も積もれば、大きいのでしょうか？ 最初に出てくる男が、勘定を支払うときに、

男① 「一、二、三、四、五、六、七、八、今なんどきだい？」

蕎麦屋 「ええ、九つで」

男① 「十、十一、十二、十三、十四、十五、十六」

と、一文だました。それをマネしようとした別の男が

男② 「一、二、三、四、五、六、七、八、今なんどきだい？」

蕎麦屋 「ええ、四つで」

男② 「四つ?! 五、六、七、八、九、十、十一、十二、十三、十四、十五、十六」と、四文損するという^{はなし}。

落語には、このようにマネをして失敗する話や、隠居さんからものを教わって失敗する話がたくさんあります。現代だと、電子マネーが普及して「ピッ」だから成立しませんね。

昔は、一文銭と四文銭がありました。細かい一文銭じゃないと成立しない^{しもんや} 噺ですね。四文は約100円。江戸時代、「四文屋」という今の100円ショップのようなお店がありました。

江戸時代は、日の出から日没までを基準とし、昼・夜をそれぞれ六等分して、一刻^{いっとき}としました。現代なら非常に困る事ですが、江戸時代は明るい内に仕事をして、暗くなれば休むだけ。大まかな時間が簡単に分かるだけで十分でした。

最初の男が勘定をごまかしたのは九つ（24時頃）で、マネをした次の男は四つ（22時頃）。愚かしい者は気が急いで早く行ってやり損なう。また、当時の数え方では、両者が大きく開いているところが、噺のポイントとなります。

ちなみに、昼の「八つ」は現在の時間で14時くらい、お菓子を食べる「おやつ」の時間の由来だとも言われています。

今日の夜、もし小腹が空いたら、夜食に美味しいお蕎麦はいかがですか？

