



- ・ **成長につながるマーケティング戦略 ~まず足元の顧客から始める~**
- ・ **営業担当者に求められる「人間力」**
- ・ **コミュニケーション力を上げる5つのスキル**
- ・ **全国地域安全運動 ~みんなでつくろう安心の街~**
- ・ **定額減税に関するアンケート実施結果**
- ・ **健康情報 骨と関節の日**

- P.1 インタビュー 大成(株) 東日本FMセクター 第3部(仙台支店) 部長 小貫賢治氏
- P.2~3 フォトニュース (Photo eye)
- P.4~5 成長につながるマーケティング戦略 ~まず足元の顧客から始める~
- P.6~7 営業担当者に求められる「人間力」
- P.8~9 コミュニケーション力を上げる5つのスキル
- P.10~11 全国地域安全運動 ~みんなでつくろう安心の街~
- P.12 定額減税に関するアンケートの実施結果
- P.13 【健康情報】 骨と関節の日

けやき

● 電車の車中、ワイヤレスのイヤフォンが多くの若者の耳にあるのが目立った。半世紀も違う老いの身からすれば、最近若者の難聴が増え、補聴器を付けているのかと思いきや、スマホにダウンロードした音楽を聴いているとのこと。耳から音楽、目はスマホが若者の最近事情らしい。スマホが手放せなくなった時代になったようだ。参考書や本に目を落とす電車風景も一変した。

● 米国の大手IT創業者は自ら開発した機器の中毒性を知ってか、実の子にはスマホやタブレットを持たずことなく、読書を進めていると聞いた。日本の車中風景を見たら、どう警鐘を鳴らすか、皮肉めいたものを感じる。文化庁の調査で1カ月に1冊も本を読まない向きは、5年前と比べ15ポイント増え62%となっている。本には情景も心情もイメージする力がある。読書の秋、若者よ、大いに読み、右脳を使おうじゃないか(S)

公益社団法人東北障がい者芸術支援機構主催
第9回 2023年 東北障がい者芸術全国公募展 出展作品
アイリスオーヤマ賞

松浦 繁作 (宮城県)
作品名 心の塔

<創作状況>

左手のみで、ノコギリ、ナタ、電動ノミで作りました。

色は、墨汁で全体を塗り、その上にポスターカラーで彩色、仕上げは手塗りで仕上げました。



Message

若い人に覚えておいてもらいたいのは、決して時計を見るな、ということだ
(トーマス・エジソン)

環境と働き方改革に配慮した 社会の実現に向けて



小貫 賢治 さん

大成(株) 東日本FMセクター 第3部(仙台支店) 部長
仙台市青葉区一番町1-9-1 仙台トラスタワー
(公社・仙台中法人会 青葉第二支部)

プレイングマネージャーとして仙台支店250名のスタッフを統括する小貫さんにお話をうかがいました

ビルオーナーへの ワンストップサービスを提議

1959年、名古屋市中で創業。

以来65年にわたり、清掃、設備管理、警備などのビルメンテナンス業を中心に事業を拡大し、現在、グループ全体の管理物件数は約1250件、国内外合わせて約6000名のスタッフを有する。

2018年からは、創業地である名古屋と東京の2本社制とし、強固な組織づくりと、さらなる事業拡大を推進している。

小貫さんは、30歳のときに異業種からの転職で入社し、オフィスビルや商業施設、大学、病院など数々の現場を経験して2023年の4月に仙台支店に着任された。

ご出身は千葉県松戸市で、現在は単身赴任だが、仙台は気候が穏やかで生活利便性も高く、非常に住みやすいと語った。

小貫さんの仙台でのミッションは、「ビルメンテナンスの事業領域の拡大」。

この1年半、そのミッションを果たすべく、仙台の地域性に対応したマーケティング戦略を展開できるようビルメンテナンス協会に所属し、他社の動向や自社のポジションを確認しつつ、ネットワークの構築に努めてきたという。

ビルの多様化や複雑化に対応する技術革新はもちろんのこと、現在直面している最大の課題でもある労働力不足に対応するため、個々の企業だけではなく業界全体が切磋琢磨して成長していけるよう情報交換をしていると話す。

また、スタッフが「この会社で長く働きたい」、「この会社に入って良かった」と思ってくれることが何よりの喜びであり、そう思ってもらえる職場にすることが自身のモチベーションであると話し、仕事に対する真摯な姿勢が見て取れた。

「ビルメン」の「SDGs」

世界の持続可能性に貢献をすることが、結果的には、自社の持続可能性にもつな

がるとの観点から、事業活動のすべてのステージでサステナビリティを重視した経営体制へと移行し、「地球環境への配慮」と「働き方改革」の2つの軸に基づいて取り組んでいる。

「地球環境への配慮」では、2026年に洗剤使用料50%削減を目標に掲げ、少ない洗剤でも汚れを落とす技術を活用した新事業の立ち上げも進めながら、環境に配慮した清掃手法を実践されている。

また、「働き方改革」では、少子高齢化に伴う労働力不足で、足りなくなった人手をまかなうため、DX企画開発室を発足して警備ロボットのサービス化を実現したり、人の価値を最大限に引き出すべく、自社で職業訓練校を開設し外国人実習生も多数受け入れ、プロとして必要な知識および技能の教育を通じてプロフェッショナルな人材の育成に注力している。

ビルメンテナンス業界がSDGs達成に貢献できる大きな可能性を秘めていることが解明された。

Photo Eye

いま、中法人会は

エコキャンプ回収会

9月4日、青年部会が主体で取り組んでいるエコキャンプ回収運動の、今年度2回目となる回収会が御町公園にて開催された。

今回は平日開催ではあったが、会員企業をはじめとする55団体のご協力により合計重量約615kg、ポリオワクチンに換算して約153人分と、想定以上の回収量となった。



また、青年部会の活動テーマのひとつでもあるSDGs推進活動の一環として公園内のゴミ拾いをし、安全かつ気持ちよく回収活動ができるよう取り組んだ。

捨てればただのゴミとして扱われるペットボトルのキャンプですが、リサイクルして売却利益を寄付することによって発展途上国の子どもたちにワクチンを届けることができる、この活動へのご理解とご協力をよろしく願います。
 次の回収会は11月30日(土)開催の予定です。

女性部会税務研修会

9月9日、トラットリアカンパニオにて開催された。

講師に、仙台中税務署法人課税第一部門統括官の青木幸弘氏を迎え、「国税庁の概要」と題して行われ、租税制度を執行する機関としての任務や、法人税の申告状況、調査状況について解説されるとともに、令和4年度に実地調査を行った件数の約20%が、隠蔽等によって故意に所得を脱漏していたという実情が明かされ、参加者の関心を引いた。



また、研修会終了後は、署長の三ヶ田智氏、副署長の小田嶋淳氏も交えての昼食懇談会が設けられ、充実した意見交換の機会となった。

経営者懇話会例会

9月11日、AIG損害保険(株)仙台支店会議室にて開催された。



国の認定制度でありながら多くの事業者にあまり知られていないこの制度について、分かりやすく解説された。

企業存続のためには想定されるリスクへの対応策を講じておくことが経営戦略の一部でもあり、事業継続に不可欠であるという観点から、これを機にぜひ取り組んでいただきたいと推奨された。

また、セミナー終了後は講師を交えての交流会が行われ、より深い話も聞くことができ、有意義な例会となった。

結果を出せる 営業力強化セミナー

9月12日、戦災復興記念館にて開催された。

講師に、(株)ポールスターコミュニケーションズ代表取締役の北宏志氏を迎え、営業に必要な思考力と行動力を備え、結果を出せる優秀な営業パーソンになるための心構えと行動設定を学んだ。

また、ワークでは心技体

に分けて、現状の自己分析と理想の状態を書き出し、それぞれのキャリアビジョンを具現化し、自信を持ってお客様に対応できるマインドを身に付けるコツを会得した。



パソコンセミナー パワーポイント基礎講座

9月25日、PARM-CITY131にて開催された。

講師に、(有)ネットシナジの佐々木久夫氏を迎え、パワーポイントの基本的な操作を確認しながら、訴求力のあるスライドを作成す



るコツや、ビジネスシーンにおけるパワーポイントの様々な可能性・拡張性について分かりやすく解説された。

また、演習では豊富な機能を活用した実践的な操作を習得し、スキルアップを図った。

青年部会家族会

9月29日、泉区にあるワイルドビーチ仙台にて青年部会メンバーが家族や友人と共に参加し、総勢32名で開催された。

当日は天候にも恵まれ、爽やかな秋空のもと、毎年



恒例となつているバーベキューの他、子どもたち向けに用意したレクリエーションを通して楽しい時間を共有し、メンバー同士はもとより、家族間の交流も図られた。

青年部会では、家族の理解と協力があつてこそ法人会の活動が活発にできていることに感謝をすることも、法人会活動への関心や理解に繋げていくことを目的に、今後も継続していききたい事業のひとつとしている。

seminar

決算書読み解きトレーニング2024

日時：令和6年11月6日(水) 13:30~16:30

会場：仙都会館8階会議室

講師：(株)アーヌエヌエ 代表取締役 杉山 豊 氏

受講料：会員1名 4,000円／非会員1名 8,000円



パソコンseminar

Excel 2019 関数テクニック

日時：令和6年11月27日(水) 13:30~17:30

会場：土屋不動産 PARM-CITY131 5A会議室

講師：(有)ネットシナジー 佐々木 久夫 氏

受講料：会員1名 3,000円／非会員1名 6,000円





成長につながるマーケティング戦略

まず足元の顧客から始める

未来事業株式会社
取締役会長
経営学博士 (Ph. D.)
吉岡 憲章

● ● ● 中小企業の売上は30 年間低下傾向が続く

大手企業の収益が大きく改善されている、という報道がされています。

その一方で、わが国の中小企業の収益はこの30年間停滞を続けています。

例えば中小企業全体の売上が1990年代では750兆円あったものが、30年後の2020年代では約650兆円と約15%以上減少しています(2024年版中小企業白書・小規模企業白書概要 財務省「法人企業統計調査年報」より)。

このような経済環境の中で、ただ腕をこまねいてるだけでは、当然のことですが自社の売上はドンドンと減少していくことは疑う余地もありません。そこで、中小企業経営者は、これまでの流れに身を任せるのではなく、未来を見据えて、成長のための戦略を強力に実施していくことが不可欠となります。

● ● ● マーケティングに ついて考える

わが社の成長のためには、まず顧客のニーズに適する商品やサービスを提供するマーケティング戦略を展開するところから始まります。ところが、改めてこの「マーケティング」とは何か、

と考えるとなかなか説明するのが難しいところもあります。

実は、日本マーケティング協会が2024年にこれまでのマーケティングに対する考え方を一部修正して次のように表現しています。

「顧客や社会と共に価値を創造し、その価値を広く浸透させることによって、ステークホルダーとの関係性を醸成し、より豊かで持続可能な社会を実現するための構想でありプロセスである」。

アンダーラインのある箇所を今の時代に沿った考え方に変えたということでしょう。でも、なかなか難しい

用語が並んでいますから、一言で言い換えますと「売れるための仕組みづくり」ということでしょう。

● ● ● 製造主体の会社なので マーケティング文化が ない悩み

マーケティング活動を展開しようにもなかなか進められない悩みを持つ社長も多いでしょう。

「わが社はモノ作りについては一生涯やるけれど、マーケティングと言われても…」と悩む社長は次のことから始めてみましょう。

①小さな成功体験を試みる
まずは、顧客に感想や希望を聞いてみることで

「何か」を言ってくれるはずです。もしかしたら大きな改善のヒントになるかもしれません。

②ブログやメルマガなどを発信してみる
「顧客リスト」にメールやブログを発信してみたら

いかがでしょうか？メルアドが分からなければDMでも結構です。

③見込客に対して個々に接触して、情報を共有化することもできます。

見込客は例えばホームページにアクセスしてくれた人がいいですね。これらが、マーケティング活動の第一歩です。

これらのマーケティング活動がやがて売上に繋がらずです。

これによって、実際に売上が上がった、良質な見込客が増えたという事実や広告・パブリシティ・SNSなどの反響が予想以上に大きくなったという事実や感覚を得ることが大事です。

営業担当者に 求められる

人間力

どんな職業にも言えることですが、その職業に固有の「専門性」というものはもちろん身につけておかないと仕事自体ができません。

しかし、専門性は高い人間力があって初めて威力を発揮するものです。

人間力が乏しく、専門性だけが強い人は世間からは「専門バカ」と呼ばれて尊敬されないのです。

営業も同じことで良い商品を取り扱っていても、専門性を有していても、人間力の乏しい営業担当者は売れないということを経験に銘じていただきたいものです。

1 人間力とは そもそも何か

それでは「人間力」とはどのようなものなのでしょうか？
実は「人間力」とは大変抽象的な概念です。
筆者は研修講師という仕

- 事をしていきますが、研修の場で「『人間力が高い人』とはどのような人か？」と受講者に問うと、だいたい以下のような回答が寄せられることが多いです。
- (1) 常に穏やかで話しやすい（イライラや怒りといった感情を表に出さない）
 - (2) 一緒にいて心地よい（相手を尊重する姿勢・理解し合おうとする姿勢がある）
 - (3) 視野が広く、さまざまな角度から物事を捉える柔軟性がある（自己中心的ではなく、相手の立場に立って物事を考える習慣がある）
 - (4) 周囲に流されない芯の強さを持っている（もちろん協調性もあるが、自分の信念をしっかり持っている）
 - (5) 自分の信念のもと、意欲をもって行動している（そ

れによって周りの人を感じ化する）

(6) モラルがある（礼儀正しい・人として恥ずかしい振る舞いをしない・自分を律している）

「人間力の高い人の特徴を、どんな細かいことでも良いから100個あげよ」と問いかければ、さらに細分化されたことがいろいろ出てくるのでしようが、だ

いた世の中では「人間力の高い人」は上記のように認識され、「いつもイライラしている」「自己中心的」「自分の信念を持っていない」「やる気がない」「モラルがない」という人は「人間力が低い」と認識されているようです（**図表参照**）。

「人間力」とは抽象的な概念ですが、実は「定義みたくないもの」ならあります。

内閣府が2003年にまとめた「人間力戦略研究会報告書」によると、人間力とは「社会を構成し運営するとともに、自立した一人の人間として力強く生きていくための総合的な力」と定義されています。

そして、この定義は以下の3つの要素により構成されるとしています。

【内閣府・人間力戦略研究会報告書】

人間力が高い人	人間力が低い人
1. 常に穏やかで話しやすい	1. イライラや怒り等のネガティブな感情を出す
2. 礼儀正しく、腰が低い	2. 礼儀がなっていない（相手を不快にする）
3. どのような立場の人に対しても尊重する姿勢がある	3. 立場が下の人に対して横柄・尊大にふるまう
4. お互いに理解し合おうとする「コミュニケーション力」をもっている	4. 「相手を理解しよう」という気持ち希薄
5. 社会の一員であるという「公共心」を持っている	5. 「公共心」が希薄
6. 常に相手の立場に立って考える習慣が身についている	6. 自分中心の発想である
7. 人の痛みがわかる	7. 人の痛みがわからない
8. 今までの人生でいろいろな経験（成功・失敗・苦勞・感動等）をしている	8. 今までの人生で苦勞したり困難を乗り越えたり感動した経験がない
9. 視野が広い（さまざまな角度から物事を見ることが出来る）	9. 視野が狭い（一方向からしか物事を見ない）
10. 周囲に流されない芯の強さがある（自分の考えを持っている）	10. 周囲に流される（自分の考えを持っていない）
11. 自分の信念のもと、「意欲」を持って行動する	11. 信念というものを持っていないからあまり意欲的でない
12. 普段は協調性と思いがりがあるが、時には相手のことを考えて苦言を呈する	12. あまり相手のことを考えることがない
13. 自分の目標・チームの目標いづれに対しても達成のために最後まで努力する	13. 自分の目標・チームの目標いづれに対しても達成のために頑張らない（あるいは、自分の目標達成には無関心）
14. リーダーシップがある	14. リーダーシップがない
15. 「規範意識」が高く、自らを律している	15. 「規範意識」が低く、平気で規範を破る
16. 発言と行動が一致している	16. 偉そうなことは言うが行動が伴っていない
17. 困難から逃げずに立ち向かう姿勢がある	17. 困難からすぐ逃げる
18. 「力になってくれる」という安心感がある	18. 「この人じゃ頼りにならない」と思われる
19. 目標としたい存在である	19. 「こうはなりたくない」という存在である
20. 人間力を高める努力をしている	20. 人間力を高める努力をしていない

(人間力の3要素)

1. 知的能力的要素(基礎学力・専門的な知識・論理的思考力・創造力)
2. 社会・対人関係力的要素(コミュニケーション力・リーダーシップ・公共心・規範意識・相互啓発力)
3. 自己制御的要素(意欲・忍耐力・自己受容・自己実現力)

「人間力戦略研究会報告書」の定義する人間力とは、「これらの3つの力を束ねた総合力」と言えそうです。

2 こんな営業担当者からは買いたくない

営業というのは人を相手にする仕事です。いくら良い商品を取り扱っていても、お客様は人として信頼できない営業担当者からは買いたくないものです。営業という仕事についている方は以下のような傾向がどうか、絶えず自分を戒めてほしいものです。

1. 声が暗い
2. 忙しい時に電話をかける

【電話営業の場面】

1. 声がかたくなる
2. 服装・身だしなみがだらしない
3. 無愛想・横柄
4. 説明内容がよくわからない
5. 質問しても回答内容がよくわからない
6. 「この会社とつきあうたらどんなメリットがあるのか」がよくわからない
7. 「お客様である私のために」が感じられず「売れさえすればよい」を感じてしまう
8. こちらが忙しそうなお素振りを見せているのに空気が読めていない
9. 客である私の事情について知らずとする姿勢がある

感じられない

10. しつこい

【すでに取引をしている場面で】

1. なれなれしい
2. 「提供する商品やサービスについて深い知識がない」と感じられる
3. 説明がとにかくよくわからない
4. 常識レベルの世の中全般のことについての知識がない
5. 客である私の置かれている切実な事情について興味をなさそうに見える
6. 客である私の置かれている事情にそぐわないことを提案してくる
7. 来るたびに「買ってください」ばかりで役に立つ情報を提供してくれない
8. 客である私の切実な要望に対して「何とかしてお力になりましょう」という姿勢が感じられない
9. とにかく話を聴いてくれない
10. 先日質問して答えられなかったことを、今回また質問したらまた答えられない

11. よく約束を破る

12. 安請け合い・その場しのぎの言い訳をする

13. クレームに誠実に対応してくれない

14. 対応が遅い
15. 結構長く付き合っているのに、客である私の仕事内容や家族構成、趣味等の基礎的な情報を知らない

16. 買った後のアフターフォローがほぼない

17. 「熱意を持って仕事をしている」と感じられない

3 営業担当者に求められる人間力とは

「売れる営業担当者」であるためにはもちろん専門分野の知識や商談スキル、事務処理能力、多方面と折衝する力等の「専門性」を高めることが大切ですが、まずはその前に「お客様から『人として』信頼される人間」であることが求められます。以下に「営業担当者」に求められる人間力を例示しますのでぜひ「高い人間力を兼ね備えた営業担当者」を目指してください。

1. 思いやる力
「お客様に喜んでいただけるために自分は何をすべきか?」等、相手を思いやりイメージする力。
2. 学ぶ力
自分の属する業界のことはもちろん、広く多くのことを学ぼうとする力。
3. 目的(何のために)を理解する力
「自分は何のために働いているのか?」「何のためにこの商品を買っているのか?」「お客様に喜ばれる営業とは何か?」を考え、理解しようとする力。
4. 目標を設定する力
長期・中期・短期(月次・週次・日次)の目標を具体的に設定できる力。
5. 行動を起こす力
目標を設定したら迷わず行動する力。
6. 改善する力
常に「もっと良い方法はないか」と考え小さな事からでもよいので改善していくとする力。
7. 耐える力
スランプの時・大きな壁にぶつかった時に焦らず耐えることができる力。
8. 素直な力
人の話を素直に聞き、良いと思ったものは、素直に取り入れ、素直に行動できる力。

エンゲージメント向上のための コミュニケーション術

コミュニケーション力を上げる

5つのスキル

エル教育企画 飯嶋宗広

組織におけるコミュニケーションの重要性

組織力の強化には「コミュニケーション」は欠かせません。

社内外の人間関係の崩壊で業績不振や信用を失うことが多々あります。社内でのハラスメントの問題や離職の原因の多くは、コミュニケーション不足や不備があるかと思えます。

最近ではLINEやインスタグラムなどのSNSが非常に発達して一見お互いに関係構築しているように見えますが、本当の意味で「心からのつながり」になっているかという疑問です。

企業においても、通信ア

葉の意味は、「伝えあう」ことです。

一方的な伝達はコミュニケーションとは言いません。時々、コミュニケーションが苦手という人がいます。「人との会話が苦手」「口下手」など。

しかし、コミュニケーションは、「話す」ことだけではありません。「表情」「アクション」などさまざまな方法があります。

大きく分けると、「言語」と「非言語」です。この2つのスキルを磨くことで、より一層お互いに「伝えあう」ことができます。

「個人と組織が一体となり、双方の成長に貢献しあう関係」という意味）向上という点において、会社と社員、社員同士の「絆」を深めて、お互いに成長しあい、幸福感ある結びつきを構築するのは難しいようです。

「コミュニケーション」の意味

コミュニケーションの言

最終的に「信頼関係」を築くことです。

社内において、「信頼関係」の強化が「エンゲージメントが高い組織」につながります。

コミュニケーション力を上げる5つのスキル

(1) ラ・ポールスキル

コミュニケーションの目的を果たすために、まず必要なことは、相手との「絆」を深めることです。

親しくなる一つの大きな手段が「ラ・ポール」なのです。

「ラ・ポール」とはフランス語で「架け橋」という意味で自分と相手をつなぐものと解します。親しみから信頼関係に発展させるスキルです。

一つの方法は相手との「共通項」を増やすことです。どんなことでも「共通点」や「似たもの」が多くなれば親しくなれます。

趣味や嗜好、考えや価値観、出身校など何でもよいのです。例えば、ゴルフの

好きな人とラウンドを回ると親しくなりますし、会話も弾みます。

また、仲良くなるための二つ目の方法は、相手の良いところを「認め」「褒める」ことです。

褒められると嬉しくなり、褒めるほうも相手の良いところを探そうとします。

お互いが常にそういう姿勢であれば親和性は高くなり、仲良くなれます。それまで気まずい関係であっても修復できます。

(2) 「伝える」スキル

コミュニケーションは、自分の意見や考え、情報などを伝えることがあります。

これには3つの方法があります。俗にいう「メラビアンの法則（あるいは3Vの法則）」と言われているものです。

①言語情報 (Verbal)

これは文章で伝える方法（あるいはAIの声で伝える）。これで伝わる率は7%と言われています。

②聴覚情報 (Vocal)

これは、相手の耳（聴覚）

を刺激する伝え方です。言葉に、感情や強弱、抑揚をつけて伝えると38%伝わるといわれています。

③視覚情報 (Visual)

これは文章以外で相手の目に伝える方法です。表情、動作、画像、動画、実物などの目に見えるもので伝えると55%伝わるといわれています。

この3つを使うことで100%伝えることができるということです。

(3)「質問する」スキル

コミュニケーションは、お互いを知ることです。

そのためには「質問」するスキルを学ぶ必要があります。質問しないと相手は何も教えてはくれません。

まず、質問するにあたって、訊きたい内容を自分から開示します。「私は、飯島宗広と申します。よろしかったらお名前をきかせてください」など。

また、質問には2つの方法があります。一つは、「クローズドクエスション」。これは、相

手に「イエス」または「ノー」と答えさせる質問です。二者、三者択一、〇×式もこれに入ります。

この質問は、相手にあまり考えさせないので、営業のクロージングによく使います。しかし、相手の意見を閉ざしてしまう危険性があります。

二つ目は、「オープンドクエスション」。これは、相手に自由に答えさせる質問です。

相手は自由に答えられますが、的を絞らないと逆に答えづらくなります。

この「オープンドクエスション」は、コーチングやカウセリングにも使用し、質問力が高まれば、相手が自分の能力に気付き、行動変容させる力があります。この能力を磨くことは指導力強化に大いに役立ちます。

(4)「傾聴する」スキル

上記の質問力で相手の話を引き出し、「傾聴するスキル」によって相手とのラポールを築くことができます。

す。人間関係を築く大きなポイントは、相手の話を傾聴するかどうかで決まります。

職場でも同じことです。上司の指示をきちんと聴かなかつたら事故の元になります。部下の報告を聴かなかつたら現場の把握ができません。お客さまの話を聴かなかつたら信用を失います。

「傾聴」とは、相手に対して「耳」、「顔」、「体」、「心」を傾け全身全霊で相手の話を聴き、相手を「重要な人物」と思うことです。

また、「アクティブリスニング」で、さらに積極的に話を聴き、相手の話を引き出すことを言います。相手の顔をみて、うなずき、質問し、共感しながら一生懸命聴き、相手から「この人は、本当に一生懸命聴いてくれている」と思ってもらえることで信頼関係が築かれます。

(5)「観察する」スキル

優秀な上司は、部下をよく観察しています。

「A君は、何となく元気がないな」など。これは素晴らしい能力です。観察力が優れている人は、

普段から相手のことに関心をもって、あるいは愛情をもつて好意的にみているので、ちよつとした何かで「いつもと違う」ことに気付くのです。

「観察するスキル」は、「非言語」で相手を理解することができ、また伝えることができます。このスキルを磨くことは非常に大切です。

相手をどのように観察するか、その方法はさまざまありますが、専門的な方法もありますが、一般的によく使う目の動き「アイ・パターン」があります。

特に日本人は、「目は口ほどにものを言う」のことがわが国にあるように「目」を重視します。相手の「怒り」も「喜び」も「悲しみ」も目に現れたりします。

また、後ろめたい感じや嘘を言った時は目に落ち着きがなかったりします。

強い決意や覚悟の目には迫力があります。欧米人は、目より口元を重要視するようです。

その他、目以外に唇の動きや、その人の「癖」や何気ないしぐさ、口調によって、その人の心の状態が表れることがあります。

最後に

国家も会社も「人」の集合体です。他人との協調性や相互理解がなければ組織になれません。

自己主張も大切ですが、一方的な主張や力のある方が優先する社会や組織は争いの原因になります。

相手の主張も聴き、協調しあい、理解しあうことが平和を築きます。

すべては「人間関係の構築」が最優先なのです。正しいコミュニケーションを理解しスキルを磨きましょう。

そして、その第一歩は、「挨拶」です。明るく元気な挨拶から始めましょう。

全国地域安全運動

安全安心なまちづくりの日



みんなで作ろう安心の街

犯罪は減っているの？

刑法犯の認知件数(※1)は、2002年に戦後最多の約285万件に至って以降、2021年の約57万件まで一貫して減少してきたものの、2023年は約70万件と、戦後最少となった2021年から2年連続して増加しました。また、特殊詐欺は、20

23年は約1万9千件、被害額約453億円と、依然として高い水準で発生しているほか、SNS型投資詐欺やSNS型ロマンス詐欺の被害が急増しており、2023年中の被害額は、同年中の特殊詐欺の被害額を上回る約455億円となっています。さらに、女性が被害者となることが多い不同意わいせつや公然わいせつ、こど

もが被害者となった凶悪犯や粗暴犯も依然として発生しています。

このような状況の中、治安に不安を感じている人が少なくないのが実情です。

2021年12月に内閣府が行った「治安に関する世論調査」では、「最近の治安に関する認識」の問いに対して、「悪くなったと思う」「どちらかといえば悪くなったと思う」という回答が合計で54.5%と半数を超えています。

また、「日本社会に関する認識」の問いに対して、「人と人とのつながりが希薄となった」という項目をあげた人は54.1%で、2番目に多い回答となっています。

人と人とのつながりが希薄になっていく中では、周囲に対して無関心であったり、近所に住む人の顔や名前も知らなかったりするために、不審者が近所をうろついても気づかない、見て見ぬふりをするなど、地域社会の犯罪を防止する力が低下すると言われている。

ます。

地域社会の犯罪を防止する力が低下するということは、自分自身も犯罪の被害に遭うおそれがあるということでもあります。

安全で安心して暮らしていくためには、警察がパトロールなどの活動を強化するだけでなく、そこに暮らす人たちが一体となり、自分たちの地域の安全を守るための活動をしていくことが重要です。

(※1) 刑法犯の認知件数
殺人・強盗などの凶悪犯、暴行・傷害などの粗暴犯、窃盗犯、詐欺・横領などの知能犯、賭博・わいせつなどの風俗犯を含む刑法及び一部の特別法に規定する犯罪について、被害の届出や告発などにより、警察などが発生を認知した件数をいいます。



地域安全活動とは？

地域安全活動とは、安全で安心して暮らせるまちを実現するため、それぞれの地域において、地域ぐるみで、犯罪等の防止に取り組む活動をいいます。

全国各地では、地域住民が中心となり、地方自治体、学校、警察、事業者等と連携しながら、自主的に地域安全活動に取り組んでいる団体(以下「防犯ボランティア団体」といいます)が活躍しています。

全国の防犯ボランティア団体は、2023年12月末時点で4万4,113団体(構成員は233万3,536人)に上っています。

防犯ボランティア団体のメンバーは、その地域に長く住んでいるかたが多いのですが、地域によっては、学生などの若いかたや、企業などで日中働いているかたが参加している事例もあります。

防犯ボランティア団体の活動には次のようなものが

あり、活動地域の地方自治体、学校、警察などと連携しながら、地域環境や、地域で多く発生している犯罪などそれぞれの実情に合わせた様々な活動が行われています。

【防犯ボランティア団体の主な活動】

- ・地域の防犯パトロール活動（徒歩による夜間の見回り、青パトによる見回りなど）
- ・地域の環境浄化活動（落書き消し、清掃など）
- ・防犯広報活動（防犯教室、街頭などでの防犯キャンペーン活動など）
- ・こどもの安全を守るための登下校時などの見守り活動
- ・高齢者世帯への戸別訪問



安全安心なまちづくりの日

警察などでは、毎年10月11日から20日までの10日間、「全国地域安全運動」を実施し、各地の防犯協会（※2）や防犯ボランティア団体とともに、地域安全活動の強化や、相互間の連携の一層の緊密化を図っています。

この運動は、1977年に「全国防犯運動」として始まり、1995年に現在の「全国地域安全運動」に名称を変更しています。また、2005年には、各地域における取組意欲を更に高めるため、10月11日を「安全安心なまちづくりの日」と定めています。

2024年の全国地域安全運動では、「子供と女性の犯罪被害防止」「特殊詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺の被害防止」「自転車盗、万引きの被害防止」を全国重点として、不審者情報や特殊詐欺などに関する早期通報の呼びかけと効果的な情報発信、警察や地

方自治体、学校と防犯ボランティア団体などの連携強化、危険箇所点検・改善、防犯教室の開催など、様々な活動を展開します。

また、「安全安心なまちづくりの日」の関連行事としての推進に功績や功労のあった団体・個人の表彰を行います。

（※2）防犯協会

おおむね警察署の管轄区域ごとに、自治会・商店会・企業などによる「地区防犯協会」が組織され、「防犯連絡所」や「防犯指導員」、ボランティア団体などと連携して、地域の防犯活動に取り組んでいます。

地区防犯協会の連合体として、都道府県単位の防犯協会、全国組織としての全国防犯協会連合会があります。

地域安全活動を始めるとは？

「地域安全活動に参加したい」「地域の力になりたい」と思ったとき、何から

始めればいいのか。そのポイントは、「無理せず、できることから」です。

例えば、町内でのあいさつ、声かけ運動、通学路の立番活動など、地域の中のちよつとしたコミュニケーションや活動によっても、地域を見守る機会が増えることになり、不審者を寄せ付けにくくするといった効果があります。

また、ウォーキング、ジョギング、買い物、犬の散歩、花の水やり等の日常生活や事業活動の機会に、防犯の視点を持って見守りを行う「ながら見守り」という取組もあります。

防犯ボランティアとして活動を始めたい場合は、最寄りの警察署や市町村にも相談してみましよう。

地域に自主防犯ボランティア活動をしている団体があれば、警察等から紹介してもらうこともできます。

また、防犯ボランティアを結成する場合、警察や市町村に届け出る義務はありませんが、警察や市町村と連携することで、犯罪情報や地域安全情報の提供、パトロールのポイントについての助言などが受けられるほか、活動助成金や活動に必要な資機材の支援を受けることができる場合もあります。



防犯パトロールに生きる！ 青パトについて

「青パト」とは、青色回転灯等を装備する自動車を使い青色回転灯等を点灯させて行う自主防犯パトロールのことです。

「青色防犯パトカー」又は「青色防犯パトロール」などとも言われています。

通常、自動車に青色回転灯等を装備することは禁止されていますが、一定の要件を満たす団体・組織が防犯パトロールを実施する場合には、警察本部長の証明を受けて、自動車に青色回転灯等を装備して防犯パトロール活動を行うことができます。

青パトを使った防犯パトロール活動は、夜間でも人目につきやすい、広い範囲をパトロールできるといったメリットがあります。

防犯パトロール活動に青パトを使いたいという場合は、パトロール地域を管轄する警察署にご相談ください。

定額減税アンケート・調査結果

全法連「定額減税に関するアンケート」を実施
6割超が景気・物価対策として「効果なし」

全法連は「定額減税に関するアンケート」を実施し、定額減税実施にあつての会員企業の対応状況等に関する調査を行った。

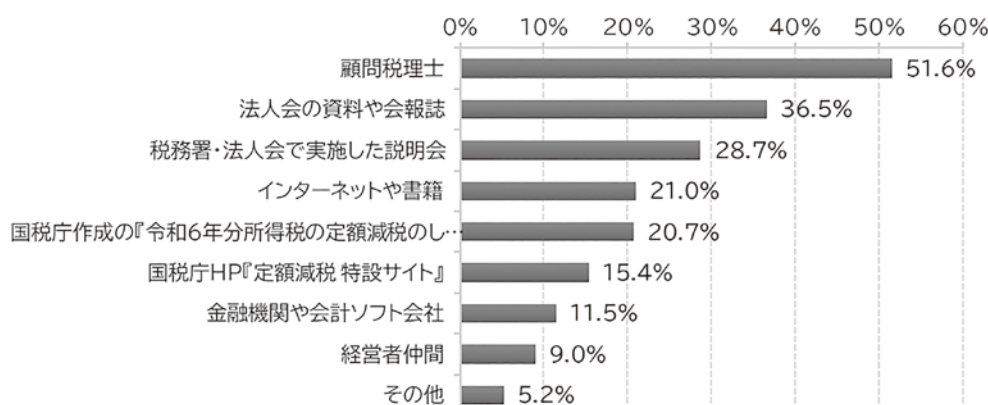
調査は6月13日～19日に法人会アンケート調査システムを活用して行われ、2085名から回答を得た。

企業経営者らは、制度にスムーズに対応するために顧問税理士への相談や法人会等が開催した説明会に参加するなど多様なチャネルを通じて情報収集し、事前準備として社員への周知・確認や給与計算ソフトのバージョンアップなどを行ってきたが「月次減税額の管理」が必要となるなど、約9割が「給与計算担当者の事務負担が増えた」と感じていることが明らかとなった。

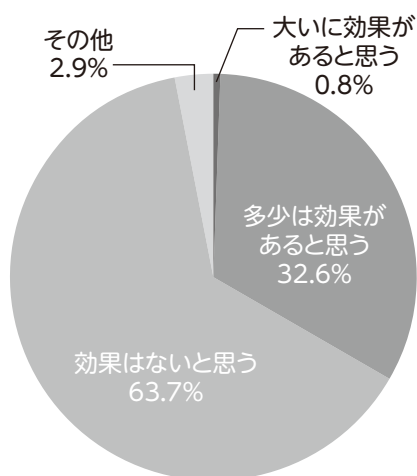
また、「今回の定額減税は、景気・物価対策としての効果を期待できるか」との問いに対しては6割以上が「効果はないと思う」と回答。

Q. 定額減税の内容や対応方法について、情報収集で役に立ったものはなんですか？

(複数回答可)



Q. 景気・物価対策として効果を期待できると思いますか？



「一括でないため効果が実感できない」、「給付金方式なら企業側の負担がなかった」、「事務に係る手間・時間を考えるとむしろマイナス」など、事業者側の不満の声も寄せられた。

定額減税が来年度も実施される可能性があることについては78.5%が「実施すべき」としたが、その9割以上が「企業に事務負担がかからない別の方法で」あればとの条件付きであり、その他には

「バラマキができるような財政状況ではない」、「まずは次世代への負担軽減を」といった財政健全化を訴える意見もあった。

今回のアンケート調査結果について一橋大学大学院経営管理研究科の安田行宏教授は「定額減税の経済効果よりも実施方法の課題が顕在化した。」

昨年10月のインボイス導入、今年1月の電子取引データの保存義務開始と、企業の事務負担や納税協力費用などは増加傾向にある。政府はテクノロジーの進展に沿った形で効率化をいかに図っていくかが重要な課題」とコメントしている。

法人会アンケート調査システムとは、法人会会員の意見を集約するメールを活用したシステムです。景況感や法人会活動についての意見等を集約し事業運営の参考としています。登録がまだ済みでない方は、この機会に是非ご登録ください。



DR.YOKO's Cafe

体にちょっと優しいお話し

健康づくりで気をつけたいポイントや病気の予防方法をお伝えします。

今月のテーマ

「骨と関節の日」

10月8日は、日本整形外科学会が定める「骨と関節の日」です。現在、日本国内には骨粗鬆症患者が約1300万人いると言われていています。

普段、私たちの目には見えない「骨」。実は、体を支えている以外にもその役割は奥深く、骨の健康は私たちの体に大きな影響を与えています。

骨について正しい知識を持ち、楽しく骨づくりをして、骨から元気になっていただけるように、今月は「骨」のちよっといいお話を紹介します。

5秒×2セットで！

かんたん骨体操

難しい運動をしなくても、ちょっとした体操で骨を強くすることができます。未来の骨のために、「骨にいいこと」始めましょう！

【骨太ジャンプ体操】



①なるべく膝を曲げずに5回、その場でジャンプします



②ジャンプに合わせて、腕を後ろに回します



③腕を回すことで、①よりも高くジャンプできるようになるため、より負荷がかかり、骨を強くすることに繋がります。

《かんたん骨体操を行うにあたってのお願い》

- 無理をせず、気持ち良く感じる程度で
- 伸ばしているときは息を吐く
- 伸ばしている筋肉を意識する
- 痛みを感じた場合はすぐに中止を

「かんたん骨体操」で調べると、他にもいろいろな体操が載っていますので、ぜひ挑戦して習慣化してみてください！

体内のカルシウムは約99%が骨と歯に存在し、骨や歯を丈夫に整えている大切な栄養素です。では、残りの約1%が何をしているかご存じですか？実はカルシウムは血液を凝固させて出血を抑える、心筋の収縮を促すといった働きに加え、脳の神経細胞の活動にも深く関わっています。つまりカルシウムは生きていく上で決して欠かすことのできない栄養素なのです。そのため不足することがないよう、普段は骨に貯蔵され、血液中のカルシウムが少なくなると骨から供給されま

す。毎日の食事で十分に摂れていないと貯蔵量より血液へ供給する量が上回り骨を溶かして血液中に補給しようと働いてしまいます。私たちの毎日に欠かせない栄養素であるのにも関わらず、日本人はどの年代でも男女ともにカルシウムが不足しています。カルシウムは毎日摂っているつもりでも、実は不足している場合があります。その原因の一つは吸収率です。カルシウムは体内に吸収されにくいため、吸収率は2〜3割と言われています。そのため、これからはカルシウムの含有量だけでなく吸収率にも注目して効率よく摂ることが大切で

カルシウムが骨になる3ステップ



で、骨を、そして全体を健康に整えていきましょう。

カルシウム補給の次は、骨にしっかりと定着させるステップです。私たちが食事から摂った栄養素は腸で吸収されますが、このときカルシウムの吸収を促してくれるのがビタミンD、骨に定着するのをサポートしてくれるのがビタミンKです。ビタミンDは食事で摂るだけでなく、太陽の日差しを浴びることで体内でも作られるため、日光浴もお勧めです。こうしたビタミン類や栄養素を意識した生活



カルシウムの働き



全世代でカルシウム不足



骨に定着させる意識を

いつまでも自分の足で元気に歩けることを目標に「筋活」「骨活」が注目されています。段差のないところで躓いたり、歩くのが遅くなったり、片足で靴下が履けなくなったり、これは筋力が低下しているサインで、思わぬケガや骨折に繋がります。新型コロナウイルス感染症の影響で在宅ワークが日常の一部になってきた現在、若年者にも骨粗鬆症予備軍の方々が見受けられるようになってきました。十分な骨と筋肉をつくるためには運動や食事への工夫は必須です。骨には刺激が大切なため、骨ジャンプ体操やかかと落としなど簡単なことから始めてみましょう。食生活では、たんぱく質・カルシウム・鉄分の摂取を心掛け百歳まで歩ける体づくりに努めていきましょう。



せんだい総合健診クリニック 院長 石垣洋子



医療法人社団進興会

せんだい総合健診クリニック

住所 〒980-0811
宮城県仙台市青葉区一番町1-9-1
仙台トラストタワー 4F

TEL 022-221-0066(代表)

URL <https://www.sskclinic.jp/>

記事についてのお問い合わせ ☎022-221-1274

～ 源泉徴収義務者の皆さまへ ～

「令和6年分所得税の定額減税」特設サイトのご案内

源泉徴収事務につきましては、日頃から格別のご協力をいただき感謝申し上げます。
令和6年度税制改正に伴い、令和6年分所得税について定額による所得税の特別控除（定額減税）が実施されることとなりました。

特設サイトでは、定額減税について解説したパンフレットや様式など、国税庁が提供している定額減税に関する情報を入手・閲覧できます。

※定額減税に関する最新情報は随時掲載していきます。

特設サイトはこちら ⇒

URL : <https://www.nta.go.jp/users/gensen/teigakugenzei/index.htm>



「令和6年分所得税の定額減税」説明会のご案内

仙台中税務署では、下表のとおり「令和6年分所得税の定額減税」に関する説明会を開催します。

日付	午前の部	午後の部	会場	備考
11月13日(水)	10:00	13:30	仙台中税務署 1階大会議室 (仙台市若林区卸町3-8-5)	定員 60名
11月22日(金)	12:00	15:30		定員 60名
12月2日(月)	10:00	14:00	東京エレクトロンホール宮城 601大会議室 (仙台市青葉区国分町3-3-7)	定員 300名
12月9日(月)	11:30	15:30		定員 300名

- ・ 税務署からの説明後、質疑応答等を行います。
- ・ 出席を希望される方は、仙台中税務署法人課税第一部門までお電話ください。

【所得税の定額減税制度における一般的なお問い合わせ先】

電話相談センター TEL 0570-00-5901

※電話相談センターに接続後、音声案内に従い「2」番を選択してください。

【説明会に関するお問合せ先】

仙台中税務署 法人課税第1部門 TEL 022-204-6291 (直通)

国税に関する御相談・御質問は、気軽にお電話で！



仙台中税務署 TEL 022-783-7831 (代表)

音声案内で「1」を選択してください。「電話相談センター」につながります。

※税務署での面接相談御希望の場合は、事前予約が必要です。