



HSMニュース

メンバー紹介

今回は、本年7月より「刈上げ野郎とゆかいな仲間たち」に加わった、柔らかな笑顔とひたむきな姿勢が印象的なニューフェイスのご紹介です！今回は、本人の最近の趣味“自炊”に掛けたレシピ風でご案内です。

本日のプロフィール

基本情報

氏名: 三好 成美(みよし なるみ)
出身: 岡山県倉敷市

趣味

自炊:特に帰宅後10分以内に作れる料理のレパートリーを増やすことにハマっています。とても料理と呼んでいいレベルではないので「限界メシ作り」と言っています。栄養価とコストのせめぎあいのなかでどれだけ簡単に作れるかが肝で、意外と奥が深いです。

一人飲み:最近はやらないのですが、倉敷にいたころは美味しいご飯とお酒を求めて日々開拓しておりました。特に日本酒が好きで、6年ほど通っているお店もあります。飲む量は人並み程度です。最近ではほぼ飲んでいないので下戸になっているかもしれません。(誰でもかかってこい！)

意気込み

会社の一戦力となれるよう精進してまいりますので、何卒宜しくお願い致します。



三好シェフ特選 限界メシレシピ



～味はオムライス～
卵・白米・調味料を耐熱皿に入れて混ぜ、レンジで約2分。加熱を含めても6分以内で完成。



～限界サバ缶 春巻き～
サバ缶・キムチ・大葉・チーズを春巻きの皮で包んで表面を焼くだけ。すべて生食可にすることで加熱時間と手間を削減。



～定番！限界丼～
白米の上にめかぶ、キムチ、納豆を乗せたものです。再現性と栄養価が担保された”限界丼”です。



～時短オムレツ～
冷凍しておいた野菜とウインナーをレンジ加熱し、薄焼き卵で包んで焼くだけ。当日の“切る・茹でる・炒める”を事前準備で消去した時短メニュー。

経歴:元々海が好きだった事から、商船高専(弓削商船)に進学。卒業後はRoRo船に機関士として乗船勤務していました。その後一度は船を離れましたが、「やはり船に関わる仕事がしたい」と思う中で弊社の求人を知りました。乗船だけが船の仕事ではなく、陸でしかできない“船の仕事”があることに魅力を感じ、応募したそうです。

当社では、今後の事業拡大や業界全体の人材不足を見据え、若手人材の採用と育成に力を入れていきたいと考えています。そんな中、良いタイミングでお問い合わせをいただき、ぜひ一緒に頑張りたいという思いから採用に至りました。経験はまだ浅いものの、業務を通じて着実に理解を深め、少しずつ自信をつけてきていると感じています。今後も実務を通じて学びを重ねながら、さらなる成長を期待しています。

㈱HSMがウェブサイトを更新しました！

弊社のグループ会社である㈱HSMが、先般ウェブサイト进行全面リニューアル致しました。同社が提供しているクラウド型船舶管理システム「RitCH(リッチ)」のウェブサービスについてもその特徴や内容についてより分かり易く記載されております。

㈱HSM: <https://www.hsmjp.co.jp/>

今後も新たな追加機能が順次リリースされていきますので、それらのアップデート情報もぜひチェックしてみてください。

また、今後はこの「RitCH」以外にも新たなサービスについてご紹介していくと思いますので今後も㈱HSMの動向にご注目下さい！





このコーナーでは散歩の似合わない男「桑村」がその重い腰ならぬ重い体を上げ、日生やその周辺を散歩！魅力的なスポット・お店などを紹介していくのですが…

赤穂・日生は今回もお休みさせていただきます。期待されている方申し訳ございません。というわけで今回も特別編、弊社支店のある「神戸・三宮」からお届けします！

くわ散歩 第18回:神戸で味わう本格町中華！「餃子屋 張記(ちょうき)」で満腹散歩

皆さんこんにちは！くわ散歩では、弊社周辺や近隣、また出張先などのオススメのお店や、まだ知られていない穴場など、様々なスポットを紹介いたします。

今回は、またまたまた番外編。神戸でのお客様訪問を終え、三宮の街を歩いていると——ふと目に入った一軒。実は以前から「上司が気になっていた」というお店で、ついに訪れる機会がやってきました。



今回訪れたのは、神戸・三宮にある本格町中華のお店「餃子屋 張記」。(住所:兵庫県神戸市中央区北長狭通3丁目1)

JR元町駅から徒歩3分、JR三ノ宮駅からでも徒歩10分ほどと、アクセスも良好です。にぎやかな通りの一角にありながら、どこか落ち着いた雰囲気を感じさせる外観。それでも店内は常に活気があり、ひっきりなしにお客さんが訪れていました。



奥に縦長な1階の席。2階にも席があるようです



まずはビールと、酒の肴に「蒸し鶏(ネギ生姜ソース)」を注文。これが想像を超える美味しさで、いつも以上に箸が止まりませんでした。

鶏肉はしっとりプリプリ、ネギ生姜ソースは香り高く、塩加減も絶妙。あまりに気に入ってしまい、「このソース、持ち帰れないかな…」と本気で考えてしまうほどでした。



エビチリです。辛さ控えめで、エビのプリプリ感がたまりません



そして、看板メニューの「特製焼き餃子」は、なんと税込350円！これでも値上げ後のようですが、それでも十分リーズナブル。

パリッと香ばしい焼き目に、じゅわっと広がる餡の旨味…正直、町中華のクオリティを軽々と超えてくるおいしさでした。あまりの美味しさに、気づけば餃子が主役、ビールが脇役に回っていました。



春巻きです。ここにきてなぜか急にオシャレ春巻きですが、もちろん美味しかったです



エビ入り水餃子もいただきました。もっちりとした皮、プリプリのエビがたまらないうまさ…噛むほどに旨みが広がります。

あわせて焼き小籠包も注文。あふれ出すスープ、そしてスープと餡の一体感が見事でした。

こちらのお店は品数が特別多いわけではありませんが、どれも外れなしの大当たり。一皿ごとに丁寧な仕事を感じられます。



一品一品のボリュームもあり、すでにお腹いっぱい…のはずでしたが、最後に締め「やきめし」を注文。

レタス入りのチャーハンなんですね。ご飯のパラパラ感とレタスのシャキシャキ感がぴったり。満腹感はどこへ行ったのか、結局普通に完食しちゃうんですね…



唐揚げ、忘れてませんよ。ボリュームミーかつ旨い！



余談ですが、皆さんはふるさと納税されていますか？私は今回、会社所在地の岡山県備前市にしました。返礼品は「くわ散歩」第5回(2024年8月)で紹介した「山東水餃大王」の冷凍水餃子！楽しみです…！

どの料理も最初から最後までしっかり美味しい、素晴らしいお店でした。特別な派手さはないのに、ちゃんと美味しい。“町中華”で一括りにするのは、ちょっともったいない感じですね。

しかもこのクオリティでこの価格。ほんと、家の近くにあつたら一人でも通ってしまいそうです。

さすが神戸——。

それでは、次回の「くわ散歩」でまたお会いしましょう！

次こそ軽めでいこう…
(たぶん無理)





ピックアップ!

ここでは、私共が目にして気になった記事やニュース等を紹介させていただきます。
海運に関する事や海運に関係なくても興味がわく様な内容の物を色々紹介していきたいと思います!

こんにちは!

今回もあるコンサルタントとの方の記事をピックアップしてみました。

今回の記事は、正に今の私にとっても刺さる内容で、改めて当社の現状・当社のサービスを見返す・見直す良い機会となりました。どの業種、どの会社にも当てはまることだと思います。皆さまはどの様に感じるでしょうか??

【あなたの会社の「本当の強み」、見えていますか?】

なぜ、自社の強みは見えにくいのか?

自社の本当の価値は、意外と灯台下暗しで、内部にいる人間ほど見えにくくなる傾向があります。原因は主に以下の3つの「思考の罠」にあります。

1. 「当たり前」の呪縛

長年続けてきた業務プロセスや、社内で常識となっている手厚いサポート。

そうした業務は、従業員にとって「当たり前」の日常です。しかし、顧客の視点から見れば、他社にはない「特別な価値」であるケースが少なくありません。「当たり前」という思い込みが最も価値ある強みを見えなくさせているのです。

2. 「スペック」への固執

「業界最高の性能」「他社より圧倒的に多い機能」

製品カタログに書けるような、目に見えるスペックばかりを強みだと信じ込んでいませんか?

顧客は機能の多さではなく、機能がもたらす「課題解決」に価値を感じます。

スペックへの固執は、顧客が本当に評価している「安心感」や「信頼性」といった無形の価値を見過ごさせます。

3. 「内向き」の視点

社内の論理や業界の常識だけで物事を判断する「内向き」の視点も、強みの発見を妨げます。自社が「一番の売りだ」と思っている、顧客は全く別の部分に魅力を感じているかもしれません。

価値とは、自社が決めるものではなく、顧客が認めて初めて成立するのです。

「本当の強み」を発見する3つの質問

思考の罠から抜け出し、客観的に自社の価値を見つめ直すには、視点を変える質問が有効です。

■質問1. 「なぜ、私たちを選び続けてくれるのですか?」

長年取引のある優良顧客に、ぜひこの問いを投げかけてみてください。

価格以外の理由で自社を選び続けてくれるお客様の言葉には、強みのヒントが詰まっています。

例えば、ある製造業が自社の強みを「品質の高さ」だと信じていたとします。しかし顧客に尋ねると、「急な仕様変更にも嫌な顔一つせず、柔軟に対応してくれるフットワークの軽さです」という答えが返ってきました。

自分たちが「当たり前の業務」だと思っていたことが、顧客にとっては唯一無二の価値だった利するのです。

■質問2. 「お客様から、どんなことで感謝されますか?」

次の問いは、ぜひ現場のスタッフに向けてみてください。

経営層が把握していない、現場レベルでの価値提供が必ず存在します。

例えば、ある商社の経営陣は「豊富な品揃え」を強みと考えていました。しかし現場の営業担当に尋ねると「お客様の潜在的な課題を先回りして必要な商品を提案した時に『助かったよ、ありがとう』と一番言われます」という声が上がりました。本当の強みは「品揃え」ではなく「課題発見・提案能力」というコトにあったのです。

次ページへ続く

■ 質問3. 「もし、競合のサービスを導入したら、お客様は何に一番困るでしょうか？」

自社がいなくなった状況を想像すると、独自の価値が浮き彫りになります。

例えば、ある会計ソフト会社で最後の問いを考えたとします。「機能なら他社でも代替できる。しかし、業界特有の税務処理について電話一本で専門家並みのアドバイスがもらえるサポート体制は他社にはない。専門的なサポートがなくなったらお客様は相当困るはずだ」

思考実験によって、単なる「サポート体制」ではなく、「専門性の高い課題解決サポート」が真の強みだと再認識できるのです。

今日からの実践

本当の強みは、会議室で議論するだけでは決して見つかりません。行動を通じて発見するものです。

■ 優良顧客3社に、選んでくれている理由を聞く

最も信頼関係の深いお客様に、「今後のサービス向上のために、ぜひ率直なご意見をお聞かせください」とお願いし、ヒアリングのアポイントを取りましょう。

■ 次回の会議で「お客様から感謝されたこと」を共有する

営業担当者やサポート担当者から、具体的なエピソードを共有してもらい時間を週に5分だけ設けてみてください。たったそれだけで、組織全体で強みを再発見する貴重な機会となります。

■ 自社の商品・サービスについて、「当たり前すぎてアピールしていないこと」を書き出す

「うちは必ず24時間以内に返信する」「専門用語を使わずに説明する」

など、当たり前だと思っている社内のルールや文化をリストアップしてみましょう。

まとめ

自社の本当の強みは「当たり前」「スペック」「内向き視点」という3つの罫によって見えにくくなっています。

強みは社内だけで考えず、顧客や現場の声といった「外部の視点」を取り入れることで発見できます。

「なぜ選んでくれるのか？」「何に感謝されるのか？」といった問いが、価値の源泉を掘り起こす鍵となります。

自分たちが「当たり前」と思っていることこそ、競合には真似できない、最も価値ある強みである可能性があります。

強みは「作る」ものではなく「発見する」ものです。まずは足元にある宝物を探し出すことから始めましょう。

自社の価値を正しく認識することは、価値経営を実践するための土台となります。

今回発見した強みが、自信を持って価格を提示する根拠となるのです。

ということで、今回の記事はいかがでしたでしょうか？

自分達にとっては当たりまえの事だと思っていたこと・やっていた事が、実は他の方からするととても助かることであったり嬉しい事であったりすることって確かにありますよね。

お客様から料金を頂くには、それに見合う価値を提供して初めてその対価として頂くことができます。

そして、我々は常にそれを超える価値を提供していくことを考えていかないとはいけません。しかしそこで、自分達は本当に自分達の「強み」や「価値」をちゃんと理解してサービスを提供できているのか振り返ってみることが必要かもしれません。

スペックや機能数、他社との比較、業界の常識、などに囚われ過ぎて本来自分が考えていたこと、提供したかったサービス、自分達の「強み」や「価値」を見失ってしまっているかもしれません。

改めて自分達の「本当の強み」「唯一無二の価値」そしてそれを実感して頂ける「サービス」を見つめ直し、再認識して今後の更なるサービスの向上、価値の向上に努めていきたいと思いました。

皆様の会社にも、必ず「隠れたお宝」が眠っているはずですよ。

皆さんはどの様に感じましたか???

今さら聞けない

海運基礎知識 「Crew Accommodation Cert」について

今回は、当社社内で丁度更新手続きの話が出ていたので「Crew Accommodation Certificate」について取り上げてみたいと思います。

管理に携わっている方々は良くご存知だと思いますが、改めて概要を簡単に説明したいと思います。

「Crew Accommodation Cert」って何？

- ・「Crew Accommodation Certificate」とは乗組員居住区証明書の事で、船舶の乗組員の居住設備 (Crew Accommodation) が国際基準に適合していることを証明する証書です。主に船級協会 (Class) または旗国 (Flag) が発行します。
- ・この証書は、乗組員の生活環境が安全・衛生・快適性の基準を満たしていることを確認するために発行され、乗組員の健康・福祉を保護する目的があります。
- ・主に、ILO ConventionやMLC, 2006 (Maritime Labour Convention)、各旗国の規定を基準としており、MLC (海上労働条約) を批准している国では、通常この条約に準拠して審査されます。

証書の内容は？

- ・証明書には、船名やIMO番号などの他、MLC 2006 / ILO C92 / C133 などの適用基準、基準に適合している旨の記載、証書番号、有効期限などが記載されます。
- ・有効期限は旗国により異なり、MLC証書と同等期間の5年の場合や、パナマの様に4年の場合があります。
- ・通常は、正式名称Certificate of Inspection of Crew Accommodation (CICA) という証書の他、Survey ReportとRecord of Approved Crew Accommodation Details (RECAD) という居住区の詳細が記載されたRecordの3つで1セットとなります。

対象となる設備や要件は？

- ・居住区の設備としては、寝室、食堂、衛生設備、医務室、レクリエーション施設などが含まれます。
- ・居室の大きさ (広さ)、採光、換気、騒音・振動、温度管理などの居住性・快適性の要素や食堂・厨房、食料品貯蔵室、飲料水供給などの衛生及び食事関連施設がILOやMLC2006等の基準を満たしているかチェックされます。
- ・居室については面積、ベッドは寸法、騒音レベルや揺れ・振動の度合い等々細かく基準が設けられています。

以上、非常に簡単ではありましたが、「Crew Accommodation Certificate」について触れてみました。旗国によって多少違う部分もあるかと思いますが、ILOやMLCに従って検査されますので基本的には要件は同様です。

実際の検査については、当社ではIACSメンバーではありませんがPanamaのRO (Recognized Organization) である「IBS Class」に依頼することが多いです。

期間は4年か5年 (パナマは4年) であり、年次や中間検査もありませんし、他の検査や証書と同じタイミングで受けるものでもないの、忘れてしまうことが無い様にしっかりと期日管理をしておく必要があります。