経営者
マガジン

Keido

Vol.02

マスモトハートメディカル合同会社 ｜増本 直広
株式会社エンターテイメント東京 ｜姫野 航平
WEBIA ｜山中 洋明
特定非営利活動法人グリーン・アース・プラスティー ｜奥田 一平
株式会社e-CHANNEL ｜平手 佑季
株式会社青い海（シママース本舗） ｜屋嘉比 元
株式会社CSSホールディングス ｜水野 克裕

挑戦

頂を目指す経営者たちの、軌跡



目次

04 **医療機器の開発から資金調達、M&Aまで**——患者さんの未来につながる仕事を一貫して担う
マスモトハートメディカル合同会社 | 増本 直広

06 **数字にコミットし、人の魅力を価値に変える**——エンターテイメント東京が描くマーケティングのこれから
株式会社エンターテイメント東京 | 姫野 航平

08 **ディレクションの力でWeb制作をもっとスムーズに**——WEBIAが目指す「相談できるパートナー」の形
WEBIA | 山中 洋明

10 **人と企業に寄り添い、未来をつなぐ**
——信頼を軸に歩む外国人材支援と地域への挑戦
特定非営利活動法人グリーン・アース・プラスティー | 奥田 一平

12 **保育士に寄り添うテクノロジーで「保育の質」を高める**——メディアの先へ進むe-CHANNELの挑戦
株式会社e-CHANNEL | 平手 佑季

14 **「沖縄のために」という原点を守りながら、塩づくりの未来を切り拓く**
株式会社青い海（シママース本舗） | 屋嘉比 元

16 **ホテルの裏方から新たな価値へ**
——人の力とテクノロジーで進化するセントラル
株式会社CSSホールディングス | 水野 克裕

医療機器の開発から資金調達、M&Aまで

――患者さんの未来につながる仕事を一貫して担う

マスモトハートメディカル合同会社は、循環器系をはじめとする医療機器の開発に関わる実務を中心に、薬事申請や市販後調査、ベンチャー企業の資金調達、M&Aに関する交渉まで幅広く手がけています。代表の増本直広氏が重視するのは、計画や助言だけにとどまらず、自ら実務を担い、プロジェクトを前へ進めることです。これまで培ってきた経験を生かしながら事業を展開する増本氏に、会社設立の背景や事業の強み、今後の展望、仕事をするうえで譲れない信念について伺いました。

開発からM&Aまで、実務を一貫して担う

――現在の事業内容について教えてください。

もともと循環器系の医療機器開発に長く携わってきました。現在は、冠動脈疾患や弁膜症、不整脈、心不全、末梢疾患、呼吸器などに関わる医療機器を対象に、臨床開発の業務を受託しています。GCPに基づいて臨床試験に関する開発業務を外部から受託する、いわゆるCROとしての事業ですね。
それだけでなく、医療機器の薬事申請や市販後に行う使用成績調査、PMS（製造販売後調査）などにも関わっています。海外メーカーの医療機器製造販売業に必要となる人的要件についても、単にアドバイスをするのではなく、実務そのものを担っています。
さらに、ベンチャー企業と一緒に投資会社との資金調達交渉を行い、その先にあるM&Aの交渉まで手がけています。医療機器の開発から薬事、資金調達、そしてM&Aまで、一連の流れに実務として関わっているのが当社の事業です。

――一般的なコンサルティング会社やCROとの違いは、どこにありますか。

“大きな違いは、作戦を考えるだけでなく、実行するところまで自分でやることです。”

一般的なコンサルティングでは、アドバイスや計画の提示までというケースもありますが、私は薬事申請をはじめ、必要な実務まで自分で動きます。CROの場合も、基本的には資金があることを前提として業務を受託します。しかし、ベンチャー企業には十分な資金がないケースもありますよね。そこで投資会社との交渉から入り、資金調達後の開発、さらに売却側としてのM&A交渉まで関わる。開発からM&Aまで一貫して実際の役務を担えることが、特徴だと考えています。

独立を決意し、6～7年かけて整えた事業基盤

――経営の道に進まれたきっかけを教えてください。

以前勤めていた大きな会社で、マイトラクリップという製品の開発に携わり、薬事承認まで進めました。その仕事でプレジデントアワードを受賞したのですが、その後、会社を離れることになったんです。
そこで、「それなら会社に勤めるのではなく、自分でやったほうがいい」と考えるようになりました。ただ、実力や経験があったとしても、お客様がいなければ事業にはなりません。2018年に独立を意識してから6～7年ほどかけて体制を整え、2024年12月に会社を設立しました。

――現在、お一人で事業を運営されている理由は何でしょうか。

当初は人を雇ったり、業務委託を活用したりすることも考えていました。ただ、AIを使うことで、多くの業務を自分一人で進められることが分かったんです。
これまで1カ月から、場合によっては3カ月ほどかかっていたような業務を、AIを活用することで大幅に短縮できた経験があります。業務のスピードと生産性が劇的に上がりましたね。交渉のように、これまでの経験や専門性が強く求められる仕事もあります。そのため、現在はAIを活用しながら一人で事業を運営しています。



会社プロフィール

マスモトハートメディカル合同会社
所在地｜静岡県伊東市
創業｜2024年12月25日
資本金｜1万円
従業員｜1名
事業内容｜医療機器の薬事臨床開発、保険収載、ビジネスデベロップメント、M&Aの支援

経営者プロフィール

増本 直広（ますもと・なおひろ）
生まれ年/出身地：1972年1月12日　静岡県浜松市出身
生い立ち：静岡県立浜松北高等学校卒業、静岡県立大学大学院 薬学研究科 博士課程修了 博士（薬学）、循環器系薬理学専攻

認知を広げ、より多くの案件に応えていく

――今後、力を入れていきたいことを教えてください。

今取り組んでいる事業全体を、さらに拡大していきたいと思っています。AIによって業務をかなり効率化できるようになったので、今後はより多くの案件をお受けしていきたいですね。 3年後の売上については、現在を1とするなら「10万倍」を目指しています。M&Aでは非常に大きな金額が動くため、現在関わっている案件を着実に進めることで、大きな成長につなげていく考えです。

――現在、事業を成長させるうえで課題に感じていることは何ですか。

技術的な課題というより、より多くの会社に知っていただくことですね。「ここに頼めば確実にやってくれる」と認知していただき、実際に利用してもらえる状態をつくることが一番の課題だと思っています。
ネットワークを活用した顧客獲得にも取り組んでいますが、ホームページから新しいお客様との接点を増やしていくことも重要です。今後は、当社のサービスを本当に必要としている方からの問い合わせにつなげていきたいと考えています。

働く環境を変え、仕事の生産性を高める

――休日の過ごし方やリフレッシュ方法を教えてください。

現在は静岡県伊東市に拠点を移すことになり、すでに現地で生活しています。高台にあるリゾートマンションで、目の前には海が広がり、温泉も利用できる環境なんです。 私の仕事はネット環境があれば進められますし、世界中のお客様を相手に仕事をしています。だから、仕事場から離れてリフレッシュするというより、海を眺めながら仕事ができ、毎日温泉にも入れるような環境そのものを選びました。働く場所を変えることで、より効率よく仕事ができるようになったと感じています。

「患者さんのためになるか」を判断の軸に

――会社を通じて、社会をどのように変えていきたいですか。

この仕事に携わるようになってから、ずっと目指していることがあります。それは、一人でも多くの患者さんの命を救い、QOLを向上させることです。

“ただ生きるということだけではなく、自分で動き、自分のことをできる状態につなげていく。”

そのために、新しい医療機器の開発を通じて、世界中の患者さんに貢献していきたいんです。これは会社を設立したから掲げた目標ではなく、以前から変わらず持ち続けている思いですね。

――経営するうえで、「ここだけは譲れない」という思いはありますか。

「これは間違いなく患者さんのためになる」と自分が納得できるものしかやらないと決めています。お金のためだけに仕事を選んでも、自分の気持ちが入らず、結果的にうまくいかないと思うんです。
私はもともと薬理学を専攻したサイエンティストです。医療はサイエンスであり、治療成績が良いということは、それだけ患者さんの状態が良くなることにつながります。そして、本当に患者さんのためになる医療機器であれば、多くの方に使われ、企業としての価値にもつながっていく。患者さんへの貢献と事業としての成長は、矛盾するものではなく、リンクしていると考えています。

“だからこそ、第一に考えるのは、一人でも多くの患者さんが救われること。”

その軸を曲げることなく、価値ある医療機器を世の中に届ける仕事をこれからも続けていきたいですね。

数字にコミットし、人の魅力を価値に変える

――エンターテイメント東京が描くマーケティングのこれから

株式会社エンターテイメント東京は、法人向けのデジタルマーケティング支援を中心に、経営者やビジネスパーソンのブランディング支援などを手がけています。施策そのものを提供するのではなく、顧客の売上や集客といった「数字」にまで目を向けることを重視しているのが特徴です。
代表取締役の姫野航平氏は、営業やデジタルマーケティングの経験に加え、自身も海外でモデルとして活動。自らのSNSや情報発信にも取り組みながら、そこで得た知見を顧客支援へと還元しています。今回は、創業の背景やマーケティングに対する考え方、AI時代を見据えた今後の展望について伺いました。

施策ではなく「売上・集客」という結果に向き合う

――現在の事業内容について教えてください。

デジタルマーケティングの支援を中心に行っています。私自身、20代前半からデジタルマーケティングの領域に携わってきたので、その経験を生かしながらさまざまな法人のお客様を支援しています。
特定の業界だけに絞っているわけではありませんが、最近では医療系、特にクリニックからご相談いただくことも増えています。集客支援やSNS運用など、お客様によって必要な施策を組み合わせながら対応しています。
また、個人向けのブランディング支援にも取り組んでいます。私自身がモデルやインフルエンサーとして活動し、個人のマーケティングを実践してきた経験があるので、ビジネスパーソンのプロデュースやブランディングにも生かしています。現在は約30人のコミュニティを運営し、毎月1対1でセッションを行いながら個人の発信やブランドづくりを支援しています。

――マーケティング支援で特に大切にしていることは何でしょうか。

“一番大切にしているのは、数字にコミットすることです。”

マーケティング業界では、広告運用やSNS運用といった施策そのものを提供して終わってしまうケースもあると思います。
ただ、経営者が本当に求めているのは「SNSを運用した」という事実ではなく、その結果として売上や集客がどう変わったのかという部分です。そのため、当社では関わる前と後で何が変わったのかをできるだけ明確にし、売上や集客人数など、数字で見える結果につなげることを意識しています。

会社員時代の経験を経て、自分のアイデアで価値を生み出す道へ

――会社を立ち上げた背景を教えてください。

創業したのは2017年です。それ以前はITベンチャーやスタートアップなど、いくつかの会社で仕事をしていました。
経営者の近くで、ナンバー2や経営を補佐するような立場を経験することが多かったんです。さまざまな経営者と一緒に働く中で、自分自身で会社を持ち、自分のアイデアや発想を形にすることで、もっといろいろな企業に価値を提供できるのではないかと考えるようになりました。
そして30歳になったタイミングで、自分で会社を経営する道を選びました。

――経営するうえで大切にしている理念はありますか。

大げさな理念を掲げているわけではありませんが、

“関わった会社や人をしっかり幸せにしたいという思いがあります。”

自分たちが関わったことで売上や業績が良くなり、経営者だけでなく、その会社で働く従業員にも良い影響が広がっていく。そういう仕事をしたいと思っています。
だからこそ、単にマーケティング施策を実施することではなく、「結果として数字がどうなったのか」まで責任を持つ。その姿勢は創業以来変わっていません。

営業経験と発想力を武器に、企業ごとの“足りない部分”を埋める

――御社ならではのマーケティング支援の強みはどこにありますか。

SEOだけ、広告運用だけといった一つの領域に特化するのではなく、マーケティング全体を見られることだと思っています。
お客様によって課題はまったく違います。SEOとSNSができていない企業もあれば、Webサイトを改善する必要がある企業、LINEなどの運用が十分にできていない企業もあります。その企業に今何が足りていないのかを考え、必要なものを組み合わせて支援することを大切にしています。
そのうえで、必ず何か一つ「自分たちらしいアイデア」を加えることも意識しています。ほかのマーケティング会社ではなかなか出てこないような提案を一つ入れたいんです。
例えば、会社そのものを宣伝するだけでなく、社長自身の個人アカウントを伸ばし、経営者をブランディングすることがあります。それによって集客だけでなく、採用や売上にもつながる可能性があります。
また、新しい施策だけを追いかけるのではなく、業界によってはメールマガジンやFAXといった従来型の手法をあえて提案することもあります。

“大切なのは新しいか古いかではなく、その企業にとって結果が出るかどうかです。”

――そうした「数字へのこだわり」はどこから生まれたのでしょうか。

もともと大和証券で仕事をしていた経験があり、営業畑からマーケティングに入っています。そのため、「最終的に成果につながってこそ」という考え方が強いのだと思います。
現在は正社員を置かず、5人ほどのフリーランスとチームを組んでいます。制作、営業、オンラインでの営業活動など、役割ごとに担当がいて、私は主にマネジメントやディレクション、商談、案件獲得を担当しています。
最近ではAIを活用することで、自分自身でできる業務の幅も広がりました。コンテンツ制作やリサーチにもAIを取り入れ、少人数でも効率的に動ける体制をつくっています。

AIが広がる時代だからこそ、「人」にフォーカスする

――今後、特に力を入れていきたいことは何でしょうか。

一つはAI活用です。まず自分たち自身がAIを使って業務を効率化し、その中で得られた知見をお客様にも提供していきたいと考えています。
現時点では、AIを積極的に使っている人と、まだ十分に活用できていない人との間に大きな差があります。だからこそ、今はビジネスとしても非常に可能性のあるタイミングだと感じています。
一方で、AIが普及すればするほど、逆に価値が失われにくいものが「人」だとも考えています。その人がどのような経験をしてきたのか、どんなストーリーを持っているのか。そうした人間そのものにフォーカスしたマーケティングやプロモーションには、今後さらに力を入れていきたいです。

“人間そのものにフォーカスしたマーケティングやプロモーションには、今後さらに力を入れていきたいです。”

――これからの会社について、どのような姿を描いていますか。

会社を拡大していきたいという気持ちはもちろんあります。ただ、それ以上に最近感じているのが「続けること」の大切さです。
当社は現在10期目を迎えていますが、長く続けているというだけで信頼につながり、そこから仕事をいただけることもあります。事業は一時的に大きくするだけではなく、価値を提供し続けることが重要です。
これからの10年、20年に向けても、目の前のお客様にしっかり価値を届けながら事業を継続していきたいですね。
私自身もSNSでの情報発信やPodcastなどに取り組み、アウトプットを続けています。自分で実践し、そこで得た知識や経験を再びお客様への支援に生かしていく。その循環をこれからも大切にしていきたいと考えています。



会社プロフィール

株式会社エンターテイメント東京
所在地｜東京都港区
創業｜2017年8月18日
従業員数｜5名（フリーランス）
事業内容｜マーケティング事業、コンサルティング事業

経営者プロフィール

姫野 航平（ひめの・こうへい）
出身地：大分県佐伯市
生い立ち：九州で生まれ、小学校時代を香港で過ごす。明治大学進学を機に上京。卒業後は大和証券に入社し都内でリテール営業を担当。その後、ベンチャー企業、スタートアップを渡り歩き2017年に創業。マーケティング事業やコンサルティング事業の側、個人の活動の幅を広げるために、海外モデルのキャリアをスタート、アジア各国やヨーロッパを渡り歩き、現在は日本を中心に多拠点生活中。またInstagramやThreads等のSNSにも注力し、インフルエンサーとしても活動中（総フォロワー5万人）。

ディレクションの力で Web制作をもっとスムーズに

――WEBIAが目指す「相談できるパートナー」の形

WEBIAは、ホームページ制作やWebサービス開発、既存サイトの改修・保守に加え、Webディレクションの代行・支援を手がけています。一般企業からの直接依頼だけでなく、制作会社やデザイン会社、ブランディング会社、システム会社などとの協業にも対応。特に「ディレクション」を強みとし、依頼者と制作者の間に立ちながら、プロジェクトを円滑に進める役割を担っています。今回は代表の山中洋明氏に、事業の強みや独立の背景、現在準備を進める新たなパッケージプラン、今後の展望について伺いました。

制作だけではなく、プロジェクトを前に進める「ディレクション」に強み

――現在の事業内容について教えてください。

ホームページ制作やWebサービスの開発、既存サイトの改修・保守などを行っています。それに加えて、Webディレクションの代行や支援にも力を入れています。
一般企業から直接ご相談いただくケースもありますが、制作会社やデザイン会社、ブランディング会社、システム会社などから「この部分を対応してほしい」とご依頼いただくことも多いですね。以前、制作会社で働いていたこともあり、その頃からのつながりを生かして一緒に仕事をする機会もあります。
直案件だけにこだわっているわけではありません。制作会社が人材不足などで困っているときに、外部のパートナーとして一緒に取り組む。そうした関係も大切にしています。

――他社と比較した際の強みは、どのようなところにありますか。

一番の強みは、ディレクションを軸に対応しているところです。制作やデザイン、実装も行いますが、Webのプロジェクトではさまざまな課題を解決しながら進めなければなりません。そのため、ディレクションは経験値が非常に重要だと考えています。
要件を整理したり、Webサービスをつくるうえで必要なものを洗い出したり、事前にリスクを考えて提案したりする。単なる進行管理ではなく、入口の相談から関わり、営業やコンサルティングに近い部分も含めて支援するのが、私が考えるディレクションなんです。

――ディレクションの重要性を実感した事例はありますか。

長期間にわたって進行していたものの、なかなか公開まで至らなかったWebサービスのプロジェクトに途中から参加したことがあります。制作側と依頼者側、それぞれから話を聞いて、どこがボトルネックになっているのかを整理しました。その後、進め方や抜けていた部分を洗い出し、無事に公開まで持っていくことができました。
技術的な問題だと思われていても、実際には人と人とのコミュニケーションですれ違っているケースが結構あります。制作会社の言葉を依頼者に分かりやすく“翻訳”するだけでも、物事がスムーズに進むことがあるんですね。
ディレクションを軸に、制作側と依頼者側の間に立つからこそ、双方の意図を整理しながら、「プロジェクトをうまく進めること」を目的に動ける。それは一つの価値だと感じています。



会社プロフィール

WEBIA（ウェビア）
所在地｜広島県広島市
創業｜2021年4月9日
事業内容｜インターネット関連事業 /
ホームページ企画・制作 /
ディレクション代行業 /
システム開発等

経営者プロフィール

山中 洋明（やまなか・ひろあき）
生まれ年/出身地：1978年/広島県出身
生い立ち（略歴）：営業職や電気工事技術者を経て、2005年にWeb業界へ。Webサイト制作・運用、営業、制作部門のマネジメント、新会社やWebサービスの立ち上げなど、幅広い業務を経験。Web面接システム「BioGraph」の立ち上げ・ディレクションなどにも携わり、2022年にWEBIAとして独立。現在はWebディレクションを軸に、Web制作・開発支援を行っている。



「ディレクターの価値を高めたい」――独立につながった原点

――独立されたきっかけを教えてください。

Web制作に長く携わる中で、

> **「ディレクターの価値をもっと高める方法はないだろうか」という思いをずっと持っていました。**

ディレクションを軸にした事業ができないかと考えていたんです。
以前から自分で何かやってみたいという気持ちもあり、前職で取り組んでいたWeb面接サービスが一段落したタイミングで、「ここでやらなければ、もうやらないかもしれない」と思い、独立を決めました。
過去に会社の立ち上げから参画した経験があったこともあり、独立後のイメージをある程度持てていたのは大きかったですね。

――なぜ、そこまでディレクターの価値にこだわっているのでしょうか。

以前から、見積もりにディレクション費を入れると「これは何をする費用ですか」と聞かれることがありました。成果物として目に見えにくいため、価値が伝わりづらいんですよね。
一方で、ディレクターがいないことで納期が延びたり、依頼者と制作側のコミュニケーションがうまくいかなかったりするケースも見てきました。制作会社側でもディレクターが不足しているという話はよく聞きます。
だからこそ、「ディレクターがいることでプロジェクトがスムーズに進む」という価値を、もっと伝えていきたいと思っています。

ディレクションの経験を生かし、Web制作の新たな選択肢をつくる

――現在、新しいパッケージプランも準備されているそうですね。

はい。ノーコードツールを活用したパッケージプランを、現在リブランディングしています。一般のお客様だけではなく、Web制作が得意ではないフリーランスの方などにも活用してもらえる形を考えています。
通常のWeb制作では、どうしても予算が合わないケースがあります。そこで「この条件なら、このくらいの予算でできます」という別の選択肢を提示できれば、依頼する側も判断しやすくなるはずです。
単純に安く制作することが目的ではありません。ノーコードツールを使いながらも、最初の設計や掲載する情報についてはこちらでしっかり考える。ディレクションを中心に据えることで、限られた予算でもきちんとしたものをつくれる形にしたいですね。

> **自分だからこそ提供できる価値にも時間を使っていきたいんです。**

家族との時間とケーキ作りで、仕事から頭を切り替える

――休日はどのようにリフレッシュされていますか。

家族との時間を大事にしています。一人の時間には読書をしたり、最近はケーキを作ったりもしますね。
小説は電子書籍ではなく、あえて紙で読むようにしています。仕事ではデジタルに触れる時間が長いので、まったく別のことをしてリセットしたいんです。
最近はシフォンケーキやガトーショコラを作りました。子どもがいるので、「これを作ったら喜ぶかな」と調べて、勝手に作っています（笑）。食べてもらって喜んでもらえると、こちらもリフレッシュできますね。
仕事では、ディレクションの価値をさらに高めながら、新しいパッケージプランや相談できる仕組みを形にしていきたいと考えています。依頼者と制作者の間に立ち、それぞれの不安やすれ違いを解消しながら、Webの仕事をより良い方向へ進めていく――その役割を、これからも広げていきたいですね。

――今後、どのような事業展開を考えていますか。

今後も、ディレクションを主軸とした仕事を増やしていきたいです。
一方、比較的ライトな案件にはパッケージプランを活用し、そこでもディレクションの価値を感じてもらえる形を目指しています。
また、Web担当者が一人で悩まずに済むような、気軽な相談窓口もつくりたいですね。「こういうケースは一般的にどうなのか」と相談できて、必要に応じて制作会社やフリーランスなどの選択肢を提示する。判断を手助けできる存在になれればと思っています。
自分一人でできることには、どうしても限界があります。任せられる部分は任せながら、

人と企業に寄り添い、未来をつなぐ

――信頼を軸に歩む外国人材支援と地域への挑戦

人材不足が深刻化する中、外国人材の受け入れは多くの企業にとって重要な選択肢となっています。特定非営利活動法人グリーン・アース・プラスティーでは、登録支援機関として外国人材と企業をつなぐ支援を行い、双方に寄り添ったサポートを大切にしています。その背景には、代表・奥田一平氏が海外で培ってきた経験と、「人を大切にしたい」という強い思いがあります。本記事では、事業の特徴や経営に対する考え方、今後の展望について伺いました。

海外で培った信頼を強みに、人と企業をつなぐ

――現在の事業内容について教えてください。

当法人は登録支援機関として、企業に外国人材をご紹介する事業を行っています。

――事業の特徴や他社にはない強みを教えてください。

私は19歳から28歳までカンボジアで事業を行い、その後もカンボジアやベトナムをはじめとする海外との関わりを続けてきました。現在、日本で必要とされている人材とも長年関わってきたことで、現地との幅広いネットワークを築いています。長年積み重ねてきた信頼関係が強みであり、学校とのつながりも深いため、安心して紹介できる人材との出会いを大切にしています。

また、私が何より大切にしているのは「寄り添うこと」です。カンボジアで事業を始めた当時、現地の方々は非常に協力的で、お金よりもまず人を支えるという考え方に触れました。その経験から、日本に来る外国人材にも必要以上の負担を負わせるのではなく、本人の将来や成長を考えた支援をしたいと考えています。企業に寄り添うことはもちろんですが、日本で働く外国人も同じ一人の人間です。「日本に来てよかった」と思ってもらえるよう、アフターケアも含めて支援することが、結果として企業への支援にもつながると考えています。



会社プロフィール

特定非営利活動法人グリーン・アース・プラスティー
所在地｜神奈川県海老名市
創業｜2017年10月
資本金｜5,000,000円
従業員｜5名
事業内容｜登録支援機関　22登-007033
・外国籍人材紹介
・在留資格取次
・海外進出コーディネート

経営者プロフィール

奥田 一平（おくだ・いっぺい）
生まれ年/出身地：1977年/岐阜県出身
生い立ち：高校卒業後ニュージーランドへ留学。1年の留学を経て、父の仕事の手伝いでカンボジアへ。 カンボジアでONE PIECE Digital ROOM co.,Ltdを設立。その後、日本へ帰国しI'z ENTERPRISE を設立。
2017年、自身がカンボジアでの経験を活かすためグリーン・アース・プラスティーを設立。
現在に至る。

経営者として貫く「自由」と「折れない気持ち」

――経営の道に進まれたきっかけを教えてください。

子どもの頃から経営者になりたいという思いがありました。高校卒業後にニュージーランドへ行き、その後、父の仕事をきっかけにカンボジアへ渡りました。そこでご縁があり会社を立ち上げ、グラフィックデザインやODMに関わる事業、日本から来られるプロジェクトの印刷物制作などに携わってきました。

経営には良いことも苦しいこともありますが、他の道を考えたことはありません。失敗を重ねながらも、この道を歩み続けてきました。

――経営判断の軸になっている価値観を教えてください。

> 「自由に挑戦すること」です。失敗を恐れて何もしないよりも、まずはやってみることが大切だと思っています。

一緒に働く仲間にも、やりたいと思ったことには積極的に挑戦してほしいと伝えています。もし失敗したとしても、それは次に生かせばいいだけです。知識や技術が足りなかったのであれば、あとから身につければいい。何よりも折れない気持ちが一番大切だと思っています。

肩書ではなく、一人ひとりと向き合う組織づくり

――社内で大切にしているコミュニケーションを教えてください。

肩書を気にせず話をすることです。代表だから特別という考えはなく、みんなを役職ではなく名前で呼びます。私自身も現場に入り、率先して動くことを意識しています。

一緒に働く仲間や外国人材、お客様に対しても、目を見てしっかり会話をすることを大切にしています。

> 形式ではなく、人と人との関係を築くことが重要だと考えています。

――どのような人と一緒に働きたいですか。

野心がある人です。「こういうことをやってみたい」という強い気持ちを持っている人と働きたいと思います。 実際に、法人の立ち上げも、自分の「やってみたい」という思いから始まりました。人脈や資金が十分にあるかどうかではなく、まず挑戦したいという気持ちが大切です。

現在も人手は十分とは言えませんが、その中で仲間同士が助け合いながら取り組んでいます。また、自分がいなくなっても安心して任せられる存在も育っており、将来的には自分が担っている役割を引き継いでもらいたいと考えています。

思いつきから始まる挑戦が、新たな未来をつくる

――今後取り組みたいことを教えてください。

私は思いついたら行動するタイプです。農業をやりたいと思えば農業に挑戦するでしょうし、お酒づくりに興味が湧けば、その世界にも挑戦すると思います。

あえて大きな目標を設定するというより、

> 自分がやりたいと感じたことを仲間と一緒に形にしていきたいと思っています。

失敗しても構いません。その経験を次につなげていけばいいと考えています。

――現在取り組んでいる課題について教えてください。

現在は福島県で立ち上げた社団法人による町おこしに力を入れています。

地域の方々に喜んでもらうためには何が必要なのか、その地域に足りないものは何かを見極めることが今の課題です。イベントの開催なども行いながら、多くの方に活動を知っていただき、地域全体で盛り上がる取り組みへと発展させていきたいと考えています。

仲間とのつながりが、自分の原点

――経営の中で譲れない思いを教えてください。

私は諦めが悪く、折れない性格です。一方で、「これだけは譲れない」という明確な型を持っているわけではありません。自由な発想で、その時々に挑戦を続けてきました。

カンボジアで過ごした経験は、私にとって大きな原点です。当時、日本人もまだ少ない環境の中で、仕事だけでなく人とのつながりを築き、多くの経験を積ませてもらいました。その経験は今の自分を支える財産になっています。

関わってくれた人たちは、お客様というより仲間です。その仲間がいるから今の自分があります。関わる人とのつながりを何よりも大切にしながら、これからも新しい挑戦を続けていきたいと思っています。



保育士に寄り添うテクノロジーで「保育の質」を高める

――メディアの先へ進むe-CHANNELの挑戦

株式会社e-CHANNELは、「ほいくis」と「ほいくisお仕事探し」を軸に、業務効率化や採用支援を展開しています。「子どもたちに豊かな人生を」を掲げる同社の平手氏に、事業の強みや経営の軸、組織づくり、今後の展望を伺いました。

保育士に寄り添い、子どもたちの未来を支える事業

――現在の事業内容と強みを教えてください。

当社では、保育士向け情報メディア「ほいくis」と、求人検索サイト「ほいくisお仕事探し」を運営しています。「ほいくis」で発信しているのは、保育園での日々の保育に役立つあそび、製作物等の保育知識や保育業務に役立つ情報です。
当社の強みは、業務情報の発信を通じて積み重ねてきた、多くの保育園・保育士さんとの接点にあります。保育園・保育士さんとの接点を幅広く持つことが、付加的なサービスを案内する上で大きな強みになっています。

――企業理念に込められた思いを教えてください。

創業以来、「子どもたちに豊かな人生を」というコーポレートミッションを掲げています。サービスの対象は保育士さんですが、

> **“その先にいる子どもたちが、より豊かに健やかに成長できることが何より大切です。”**

テクノロジーを使い、未来に向けた価値を生み出したいと考えています。社名にも、Educationの「e」と、子どもたちに情報を届ける入り口、つまり「チャンネル」になりたいという思いを込めています。

経営企画から保育業界へ――経営の道を歩んだ背景

――経営の道に進まれた経緯を教えてください。

2003年に大学を卒業し、大手企業へ新卒で入社しました。最初は営業を担当し、その後は経営企画へ異動しています。
そこで、戦略が会社を動かし、社員やその家族を含めた何万人もの人生に関わる仕事だと実感しました。
そうした役割をきちんと担える力を身につけたいと考え、次に選んだのがコンサル業界です。自分の中では「修行」のような期間として経験を積んできました。
その後は、電通と三井住友銀行フィナンシャルグループの合弁会社となる銀行系ベンチャー企業を自ら立ち上げ、取締役として経営にも携わってきました。

――なぜ保育業界に関わろうと考えたのでしょうか？

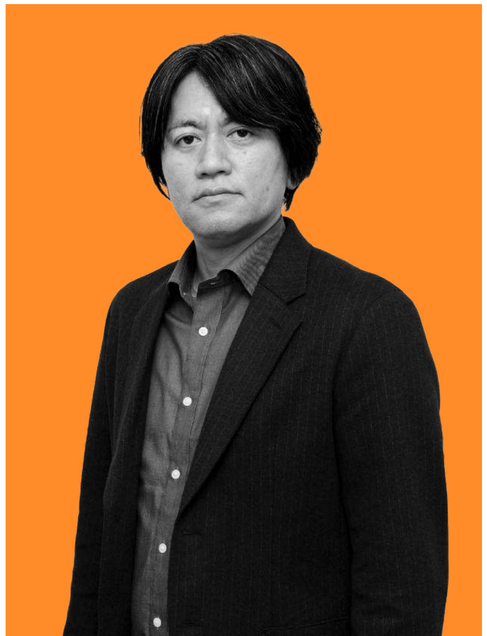
私は創業者ではなく、当社に入社したのは約2年半前です。入社のきっかけは、「e-CHANNELを支援してほしい」というお話をいただいたことでした。
当時、私の子どももまだ幼く、保育園で長い時間を過ごしていました。その中で、保育士さんの接し方や育て方、園での経験が、子どもの成長に大きく影響すると感じていたんです。
そうした中で、保育業界に関わることができれば、子どもたちの成長にも貢献できるのではないかと考えました。日本の子ども全体のポテンシャルを引き出すことにもつながるかもしれない。そんな思いから、当社に入ることを決めました。

会社プロフィール

株式会社e-CHANNEL
所在地｜東京都港区
創業｜2017年
資本金｜500万円
従業員｜約25名
事業内容｜保育士業界向けメディア運営/業務効率化支援事業 / 採用支援事業

経営者プロフィール

平手 佑季（ひらて・ゆうき）
生まれ年/出身地：1978年/愛知県出身
生い立ち：2003年、新卒で大手印刷会社入社後、営業・経営企画を経て、外資系コンサルティング会社で戦略コンサルティングに従事。その後、㈱三井住友銀行に転じ、銀行グループのDX、FinTech事業開発を推進。2021年に㈱電通グループとの合弁となる㈱SMBCデジタルマーケティングを創業し取締役就任。2024年当社参画。



「誠実さ」と納得感を大切にする組織づくり

――経営判断で大切にしていることは何ですか？

まず大切にしているのは、「保育士さんのためになるか」、そして「その先にいる子どものためになるか」という点です。そのうえで、私たちの仕事が世の中にどのような価値を与えるものになっているかを意識しています。もちろん大きな経営戦略の中で、個別の取り組みが持つ位置づけは、常に判断軸に入れています。
もう一つ、私が譲れないのは「誠実さ」です。お客様にも、社員にも、お取引先にも正面から向き合う。その場では大変でも、誠実に対応した方が最終的には良い結果につながると考えています。

――社員とのコミュニケーションで意識していることを教えてください。

現在、社員は約25名です。仕事の内容だけでなく、「なぜそれをやるのか」まできちんと伝え、納得したうえで取り組んでもらうことを大切にしています。戦略や事業の意図についても、全員が集まる場で適宜共有する機会を設けています。
また、上司と部下という関係は、どうしても距離が生まれ、言いたいことを言いにくくなるものです。そこで、私から積極的に声をかけ、話しやすい雰囲気づくりを心がけています。 今後も、社員の目線に合わせてコミュニケーションを取り、大切な情報が自然と上がってくる関係性を築いていきたいですね。

――どのような人と働きたいですか？

スキルも大切ですが、私は人間性を重視しています。信頼できる人柄であること、そして素直で謙虚であることです。素直で謙虚であることは気持ちよくコミュニケーションを取るための基礎だと思いますし、成長も速いと思います。そうした方と一緒に働きたいですね。

メディアから業務支援へ――AI時代を見据えた次の一手

――今後、どのような事業に挑戦していきたいですか？

AIが発展し、検索やメディアを取り巻く環境も変わりつつあります。
メディアは一方向の発信になりやすいため、今後はもう一歩踏み込み、保育士さんの日々の業務に一層寄り添うサービスを提供したいと考えています。
2026年10月から、おたよりや指導案等の文書作成、日々の保育活動など、園長や保育士の業務をサポートする、「ほいくis＋（プラス）」というツールの提供を始めました。当社のノウハウを凝縮した生成AIを搭載しています。メディアからツール提供へ領域を広げ、保育の質の向上を支援していきたいと思っています。

――現在、特に力を入れている分野を教えてください。

一つは、園長・保育士の業務を支援する「ほいくis＋（プラス）」です。
もう一つは「ほいくisお仕事探し」の機能強化で、保育士さんをより見つけやすくするためのスカウト機能を開発しています。

――新たなサービスを広げる上での課題は何でしょうか？

これから保育士さんの業務により深く入っていくには、現場の声をさらに丁寧に吸い上げ、その声に即したサービスにする必要があります。そこが今後の課題だと感じています。

蓄積した保育の知見を生かし、「保育の質」の向上へ

――採用支援を通じて、保育園経営にどう貢献していきたいですか？

保育園が保育士さんを一人採用すると、70万～100万円ほど手数料でかかるケースがあります。 保育園の経営は補助金で成り立っているため、こうした採用コストが重荷になりやすいんです。



その負担が大きくなれば、保育士さんの給与にも反映しにくくなってしまいます。「ほいくisお仕事探し」では、そうした採用コストを抑えられるサービスの提供も始めています。コストを下げることができれば、保育園経営にも直接的な貢献ができるはずです。 今後は「ほいくis」や「ほいくis+（プラス）」も加え、保育園ごとに支援できる幅をさらに広げていきたいと考えています。

――AIやツール開発に、これまでの知見をどう生かしていきますか？

ChatGPTをはじめ、さまざまなAIツールが広がっています。ただ、保育の現場は子どもの命にも関わるため、そのまま使えばよいとは考えていません。
保育士さん自身がどう考え、どのような方針で子どもと接するかが何より重要です。
当社は2019年から保育業界と向き合い、「保育では何が大切なのか」というノウハウを積み上げてきました。ツールにもその知見を組み込みながら、提供していきたいと考えています。

――今後、保育業界にどのような価値を届けたいですか？

最終的に目指しているのは、「保育の質の向上」です。 待機児童の課題が解消しつつある中で、これからは一人ひとりの発達に合わせた成長の機会づくりが重要になります。
子ども主体の保育、不適切保育等の現場課題から法改正への対応など、保育業界にはさまざまな課題があります。これまで蓄積してきた知見とツールを掛け合わせ、保育士さんに寄り添いながら課題解決につながるサービスへ発展させていきたいと考えています。

「沖縄のために」という原点を守りながら、塩づくりの未来を切り拓く

シママース本舗（株式会社青い海）は、1974年以来、沖縄で塩づくりを続けてきた企業です。本土復帰を背景に、「塩づくりを後世に残したい」という思いから生まれました。現在は「沖縄からおいしいの起点に」をパーパスに掲げ、設備の刷新やIP事業、観光市場への展開にも挑戦しています。屋嘉比氏に、企業の原点や自身のキャリア、組織づくり、今後の展望について聞きました。

創業者の思いを受け継ぎ、約50年続いた製法を刷新

――御社の成り立ちについて教えてください。

当社は1974年2月2日に創業しました。沖縄で現存する塩メーカーのなかで、もっとも長い歴史を持つメーカーです。創業の背景には、1972年の沖縄の本土復帰がありました。本土では塩専売法が適用されていましたが、占領下にあった沖縄では独自の塩づくりが行われていたそうです。
本土復帰によって沖縄でも自由に塩をつくれなくなるなか、創業者の知念が「塩づくりを文化的な側面も含めて後世に残していくべきだ」と考え、有志と共に運動を始めたことが原点となっています。
知念自身は出版社に勤めており、塩づくりも企業経営も未経験でした。もともとは塩をつくっていた方々に継続を呼びかけていたそうですが、「そこまで言うなら自分でやってみたらどうだ」と言われたことをきっかけに、自ら当社を立ち上げたと聞いています。

――2026年の工場リニューアルでは、何を変えたのでしょうか。

2026年4月、約50年間続けてきた平釜による製法から、真空蒸発缶を使う製法へ切り替えました。設備のなかを真空にして沸点を下げ、より少ないエネルギーで塩を結晶化できる仕組みです。結晶の粒の大きさや形は変わりますが、当社が大切にしてきた部分は変えていません。原料は沖縄の海水と、メキシコまたはオーストラリアから輸入する自然由来の天日塩だけです。
製造工程でも添加物や薬剤を一切使用しない方針を貫いており、海水由来のミネラルをバランスよく含んだおいしいお塩を変わらず提供して参ります。

教員志望から総務へ、自ら手を挙げて経営の中枢に

――シママース本舗に入社するまでの経歴を教えてください。

私は学生の頃、学校の先生になりたいと漠然と考えていました。大学で教職免許を取得し、卒業後は1年間、臨時教員を経験しています。実際に教員として働くと、1年目でも1人の教員として大きな責任を任されます。周囲の先生方も、私が想像していた以上の熱量で子どもたちと向き合っていました。その姿を見ながら、自分が本当にこの仕事を続けていけるのかと考えるようになったのです。
そこで、いったんほかの仕事も経験しようと思い、沖縄県内の企業をいくつか受けました。その1つが当社でした。

――経営を担う立場になった転機は何だったのでしょうか。

約7年前、経営体制が大きく変わったことが転機でした。取締役だった方々が抜けるタイミングも重なり、組織を大きく変えなければならない状況になったのです。
そのとき、私から現在のCOOにあたるポジションを任せてほしいと社長に志願しました。あわせてコンサルタントにも入ってもらい、若いメンバーを中心に経営理念を見直しています。現在のパーパスやミッションなども、そのときにつくりました。

会社プロフィール

株式会社青い海（シママース本舗）
所在地｜沖縄県糸満市
創業｜1974年2月2日
資本金｜8,000万円
従業員｜約80名
事業内容｜食塩、スパイス、砂糖等の食料品の製造・販売、Gala青い海の運営

経営者プロフィール

屋嘉比 元（やかび・はじめ）
役職：代表取締役専務COO
生まれ年／出身地：1984年／沖縄県糸満市
生い立ち：
学生時代は教員を志し、大学で教職免許を取得。卒業後は約1年間、臨時教員として勤務しました。その後、株式会社青い海へ入社し、総務をはじめとする社内業務を経験。約7年前の経営体制の転換を機に、自ら経営を担う立場に手を挙げ、若手メンバーとともに経営理念やパーパスの見直しにも携わりました。現在は代表取締役専務COOとして、会社経営を担っています。





「自信と謙虚さ」をあわせ持ち、社員と共に成長する

――経営者として、どのようなリーダーを目指していますか。

私は「自信と謙虚さをあわせ持つリーダー」を目指しています。どちらかというと、フォロワーシップ型のリーダーです。
自分に突出した能力があるとは思っていません。ただ、物事を俯瞰して見たり、本質を捉えたり、そのなかでどう決断するかを考えたりすることは、比較的得意だと思います。
一方で、自分自身が向上し続ける必要もあります。能力や意欲を高めながら、周囲の意見をきちんと聞き、それを判断に取り入れる謙虚さも大切にしたいところです。どちらかに偏らず、両方を高めていくことを意識しています。

――社員の皆さんには、どのような姿勢を求めていますか。

以前、特に製造現場では、言われた作業を黙々と行い、その対価として給与をもらう働き方でも成り立っていました。しかし、当社と社員がウィンウィンの関係になるには、共に成長していくことが必要です。

> **主体的に仕事を自分ごととして捉え、自分自身の能力も高めていく姿勢を求めています。**

当社が生き残り、後に続く人たちへつないでいくためにも、成長しようとする意識と、当社の考え方への共感を大切にしているところです。

――社員とのコミュニケーションで意識していることはありますか。

当社の従業員は約80人です。私は年に1回、数ヵ月かけて全員と1on1を行っています。改革を進めるなかでは、「もう50歳なのに、今から成長しても」と言われることもありました。そうした気持ちは理解できますが、年齢にかかわらず、当社と共に成長していく意識を持ってもらいたいと考えています。

塩を軸に、IPと沖縄の観光市場へ事業領域を広げる

――今後、塩事業をどのように成長させていきたいですか。

まずは、新しい設備を導入した塩事業を安定させ、当社の柱としてさらに強固なものにしたいと考えています。一方、日本国内では人口減少が進んでいる状況です。
健康志向や減塩志向もあり、塩の市場そのものも縮小しています。当社の塩は比較的付加価値が高いため、縮小する市場のなかでもシェアを伸ばせる余地はあるという認識です。

――新たな事業として、どのような取り組みを始めていますか。

現在、当社が力を入れているのがIP事業です。「シママース」のブランドロゴを知的財産として活かし、アパレルや菓子などの商品につなげています。
きっかけの1つは、数年前に当社のロゴが無断で他社に商標登録されそうになったことでした。その出来事を通じて、「それだけIPとして価値があるのだ」と気づいたのです。
その後、シママースのロゴを使用した土産菓子が想定以上に好調だったこともあり、本格的な事業化に踏み切りました。2026年4月からは約1000社に営業をかけ、約50社とは次の段階に向けた話が進んでいます。すでにアパレルや菓子など、いくつかは商品化にも至りました。

海沿いを歩く朝の30分が、自分を整える時間

――忙しい日々のなかで、どのようにリフレッシュしていますか。

私は趣味らしい趣味があまりないのですが、健康のために始めたウォーキングを毎朝続けています。朝5時半頃から30分ほど歩くのが日課です。
今ではオンとオフを切り替え、頭も体も心もすっきりさせる、自分を整えるひとときになっています。私は職場の近くに住んでおり、周辺は海沿いです。職場からもすぐ海が見え、ウォーキングのコースはいつも海沿いになっています。毎朝の30分は、仕事に向き合う自分自身を整える大切な時間です。

――先の展開として考えていることを教えてください。

塩事業では沖縄県外での更なる拡売に向け、プロモーションに力を入れていきます。また、IP事業の成長とともに、沖縄県内で直営店を増やしていきたいと考えています。現在は読谷村の「Gala青い海」内で直営店舗を運営しており、今後は国際通りや那覇空港など、観光客の多い場所への展開も視野に入れています。

> **当社の原点にあるのは、創業者の「沖縄のために」という思いです。**

沖縄に貢献し、沖縄と共に発展していくという考えは、これからも変わりません。

ホテルの裏方から新たな価値へ

――人の力とテクノロジーで進化するセントラル

ホテルをはじめとする施設のバックヤードを支え、食器洗浄を中心としたスチュワード事業を展開してきたセントラル。現在では、フードサービスや空間関連の事業にも領域を広げ、グループとして多角的な事業を展開しています。その一方で、創業以来大切にしてきた「人の力」や品質へのこだわりは変わりません。今回は代表取締役社長の水野克裕氏に、事業の特徴や組織づくり、今後の挑戦について伺いました。

食器洗浄を核に、ホテルの現場を支える

――現在の事業内容と特徴について教えてください。

当社は創業以来、スチュワード事業を中心に展開してきました。主な仕事は、ホテルの厨房や宴会場における食器洗浄です。現在は全国で約200のホテル様とお付き合いがあり、特に大型の宴会場を持つラグジュアリーホテルを中心に、食器やカトラリーを丁寧に扱っています。宴会やレストランが円滑に運営できるよう、裏方として支えています。
現在はスチュワード事業がグループ全体の売上のおよそ半分を占めており、利益面ではさらに大きな割合を占めています。

――そのほかには、どのような事業を展開されていますか。

第2のセグメントがフードサービスです。もともとはホテルの従業員食堂をサポートするところから始まり、現在では宿泊特化型のシティホテルやビジネスホテルなどで、朝食を提供する仕事も行っています。全国で約120か所を担当しています。
残りの約25%が空間に関する事業です。ホテルの宴会場などにおける演出や照明、音響、それに伴う機材の調達などから始まった事業ですが、現在はホテルに加えて金融機関のセキュリティ関連の施工なども収益に寄与しています。

品質と信頼を積み重ね、40年

――会社が成長してきた要因はどこにあるとお考えですか。

品質に対するお客様からの信頼だと思います。

> **“日々の仕事を積み重ねながら、何十年という時間をかけて信用を信頼に変えてきたことが大きいです。”**

創業者はもともと食器を洗浄する仕事からスタートしています。自分が人を集めて教育、仕事を任せてもらうというアウトソース型の内容をホテルに提案し、少しずつ仕事を任せていただくようになりました。その後、一流ホテルからも認めていただき、取引先が広がっていったという経緯があります。
単に食器を洗うのではなく、専門の人間がその仕事を担うことで、ホテル側が本来の業務に集中できる、そうした価値を提供し続けてきたことが、現在につながっているのだと思います。

一歩踏み出すことで、現場の意識を変える

――組織づくりにおいて、大切にしていることを教えてください。

当社は言われたことをきっちりやる、という意識が強いです。それ自体は大切なことですが、そこからもう一歩踏み出し、当事者意識を持って仕事に取り組んでほしいと考えています。
ホテル側の目線で「こうしたほうがいいのではないか」と考え、ほかのサービスベンダーとの関係まで含めて仕事を捉えている人は、お客様からの評価も高くいただいています。
go beyondとして「一歩踏み出していこう」「昨日までの自分をもう一個超えていこう」ということを、就任以来ずっと伝えています。



会社プロフィール

株式会社CSSホールディングス
所在地｜東京都中央区
創業｜1984年12月
資本金｜393百万円
従業員｜7,243名（連結）
事業内容｜グループ全体の経営・管理（ホテル・レストラン等の食器洗浄・衛生管理や給食運営、商業施設等の音響・映像・空間演出を手掛けるBtoB事業）

経営者プロフィール

水野 克裕（みずの・かつひろ）
生まれ年/出身地：1962年/名古屋市
生い立ち：品仲買問屋を営む両親のもとで育つ。大学卒業後は家業を離れて株式会社リクルートに入社、新卒採用広告の営業からキャリアをスタート、電気通信事業（I&N）、ファクシミリ通信事業（FNX）、中古車情報誌事業（カーセンサー）、ブライダル情報誌事業（ゼクシィ）、リクルート健康保険組合など、25年余にわたって様々な事業運営に従事した。2010年にUNIVAグループに転じ、健康食品・有機食品事業や共済組合の運営に携わる。2021年にCSSグループに転じ現在に至る。

――人材育成では、どのような取り組みをされていますか。

採用についてはコロナ禍で新卒採用を含めて一度ストップしていましたが、現在は再開しています。年齢や国籍も多様化しており、外国人の方も増えています。
教育にも力を入れており、特に外国人の方への教育は特に強化しているところです。入社時、3か月、半年、1年、昇格時などの研修に加えて、外国人の方に向けた教育プログラムも追加しています。今年は初めて外国人の役職者も登用しました。彼らが後輩のケアや育成を担い、日本の文化や仕事に対する考え方を伝えていく仕組みをつくり始めています。

人材育成とテクノロジーで、次のステージへ

――今後取り組んでいきたいことを教えてください。

中核であるスチュワード事業は、今後も大切にしていきます。一方で、環境への関心が高まるため、イベント会場などで使用した食器を現地や集約拠点で洗浄する仕事も広がっています。また、ロボットなどのテクノロジー企業との戦略的な提携にも取り組んでいます。人員配置やシフト、工程管理など、現場の効率化にITやAIを組み合わせ、生産性を高めていきたいと考えています。
取引先もホテルを中心に、病院やテーマパークなどへ広がっています。これまで培ってきた衛生・清掃・食器洗浄のノウハウと、外部企業の技術などをマッチングさせ、新しい価値を生み出していきたいです。

――現在、経営上の課題として感じていることは何でしょうか。

現場が広がっているので、人の育成に課題を感じています。本当はいろいろな環境を経験してもらいながらキャリアアップしてほしいのですが、現場の事情もあり、簡単には異動できないケースがあります。
現在の仕事に必要な知識や能力だけでなく、未来を見据えて新しいことを身につけたり、経験したりする機会もつくっていきたいと考えています。そこはまだ十分に提供できていないので、今後さらに取り組んでいきたいところです。

変わらない「人の力」を、テクノロジーが支える

――これからも事業を続ける上で、譲れないものは何でしょうか。

AIやテクノロジーの力を借りて事業を加速度的に発展させていきたいですが、現場にいる人がいるからこそ事業が成り立っているという部分は変わりません。そのため、事業責任者やリーダーが、従業員一人ひとりの仕事ぶりや、お客様への貢献をきちんと見てあげることが大切です。「自分のことを見てくれている、評価してくれている」と感じられる関係性がなくなると、組織全体が厳しくなっていきます。
現場は忙しいからこそ、巡回による品質の維持や声かけ、コミュニケーションを絶やさないことを大切にしていきたいです。

> **“細かなところまで目を配ることが、全体の品質につながっていると考えています。”**

ゴルフで整え、つながりを広げながら新たな価値へ

――仕事以外でのリフレッシュ方法を教えてください。

週末など時間が取れるときには、ゴルフのレッスンに通っています。定期的に取り組むことで、仕事から一度離れてリセットするような感覚があります。特別にオンとオフを強く意識しているわけではなく、仕事を日常に持ち込んでいる感覚は強いです。ただ、週末はできるだけ予定を立てずに過ごすようにしています。

――最後に、読者の皆様へメッセージをお願いします。

当社は40年間、現場力を大切にしながら仕事をしてきました。特にホテルや観光業界の現場力では負けないとは思っていますが、さまざまな企業や仲間と組みながら、新しい価値を実現していくフェーズに入っています。
これからも現場力を大切にしながらAIやロボットなど、当社にはない技術を持つ企業の皆様とも、一緒に新しいことができればと思い、ご縁が広がったら嬉しいと考えています。



経 KEIDO 道



平坦な道はない、経営者たちの一歩。

経道 KEIDO とは、
弓に弓道があり、剣に剣道があるように、経営にもまた、極めるべき道がある。
経道は、その「経営の道」を生涯かけて歩む者たちのためのメディアです。
経営に、完成はありません。昨日より深く、今日より遠く――終わりなき道を、一歩ずつ進む。
その歩みにこそ、経営者の凄みは宿ります。
経営者のための、経営者による、経営者へ。ここにあるのは、外から眺めた評論ではなく、同じ道を歩む者だけが交わせる、本物の言葉です。経営者が歩んだ道のり、決断の裏のドラマを、インタビュー、特別対談、コラム、映像、カンファレンスを通じて伝えていく。
本誌『Keido』は、その紙の一冊です。
道を、極めよ。

Keido

株式会社アイドマ・ホールディングス
東証グロース上場（銘柄コード：7373）
〒141-0032 東京都品川区大崎2-13-30 oak meguro 5・10F