

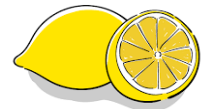
感謝、感謝

令和8年もめくる暦が残り2枚となりました。厳しい暑さの夏がようやく終わり、気がつけば穏やかな季節を迎えられたことに今年も心から感謝です。
一方で、あちらこちらで自然災害が発生し、改めてその怖さを実感する年でもありました。日々の暮らしを整え、何気ない毎日を楽しんで暮らしていくことこそが大事なことでと感じました。「かかわる人との幸せ」に向けて、お客様と共に一日一日を大切に過ごして行きたいと思う神無月です。



クレームはビタミン

創業して30年になります。20年以上、さらには30年にわたりお付き合いいただいているお客様が沢山あります。クレームから信頼に変わっていったお客様も多くあります。お客様に対する心構え次第で、関係性は大きく変わると実感しています。一般的にクレームにならないようにという作業では、それでは仕事の動きや対応に魅力を感じません。いくらキレイになっても、掃除を行うだけでは、お客様との関係は深まらないと思います。前進する中でクレームは必ず発生しますが、それはお客様のニーズを探る貴重なチャンスなのです。そのためにも毎日の仕事に自信と誇りを持ち、誠意を持って日々の仕事に取り組むことが大切だと考えています。



運をものにする考え方

運がいいと思えば、その人は運が良くなる。
運が悪いと思えば、悪くなる。
運を見る目には二通りあって、
自分が運がいいと見るか、悪いと見るか。
その違いだけなのです。
大切なことは、運が悪いときにも
運がいいと考える・・・
そういう人だけが本当に運をものにする事が
できるということ。
仕事がうまく行く人の共通の考え方は、
こういうプラス発想である。
運を良くしたいなら、運のいい人と付き合いなさい。
また、①エゴをなくして、
②プラス思考をして、
③他人を肯定して、
④よりマクロの善を志して、
⑤感謝と反省を日課として何事にも感謝する、
⑥そしてよく学んで働く。
このことでツキを呼ぶことが運をよくするのです。

10月イベント情報

博多おくんち（櫛田神社周辺）

23日(金)～24日(土)

博多の秋を代表する伝統行事のひとつ
約1200年前から伝わる秋の豊作に感謝する
祭りで、牛車に引かれた神輿や稚児行列など
が博多の街を巡る

特別受験合格祈願大祭（太宰府天満宮）

1日(木)～31日(土)

菅原道真公が元慶元年10月18日に、最高位の
文章博士になったことにちなみ、毎年10月
18日に御本殿で特別な大祭が行われる。
期間中に特別受験合格祈願を受けると、特別な
お札、お守り、絵馬、掛け衫が授与される

ハロウィン（Halloween）

31日(土)

夏の収穫を祝うと同時に冬の到来を告げ、
死者の霊が戻ってくる日に行われる行事
日本では宗教的な意味合いは薄く、
仮装や装飾を楽しむイベントとして
親しまれている



AI先生に相談する時代

◆ばーちゃんはAI活用先駆者

数日後に名古屋の孫たちが盆休みでやってくるという土曜の昼下がり、リビングから「食べ盛りの孫2人と大人4人で糸島の安くて美味しい焼肉屋に行きたい。全体で1万円ちょっとで収まるオススメの店をピックアップし、店の特徴、ウリ、評判などを表にまとめて」というばあばのでかい声があるのではないですか。73歳のばーちゃんがAIを使いこなしているのです。最近では何でもかんでも、iPadやスマホに音声入力で「～を教えて」「～オススメは?」「～をまとめて」と尋ねまくっています。

AIは議論する時期は過ぎ去り、子どもたちはもちろんジジ・ババの必須ツールとなっています。

「AI革命」は“出現した未来”なのです。AIという情報技術は人びとの暮らし（情報生活）を変えるだけでなくビジネスや学び、社会や文化に革命をもたらすことは必至です。

そんななか地域の企業経営や商売はどうしたらいいのか。これからが正念場です。



◆質問を待ち伏せする

つい最近までビジネスにおいて「検索語でWeb頁の上位に出る」ことの大切さが言われてきました。それが今日では「何を売っているか」ではなく、どんな条件やニーズの人に、何を提供でき、何は提供できないかということが情報戦略として不可欠になってきたようです。

焼肉屋だと「子連れで利用できる?」「一人でも入りやすい?」「アレルギーは相談できる?」という問いに的確に答えないといけないし、ハウスクリーニングでは「この機種は掃除できる?」とか、「プロが徹底洗浄」と書いてあるけど「追加料金はいらないの?」という問いを即座に返すことが求められます。それができない会社はAI検索から“スルー”（無視）されてしまいます。

お客さまが知りたいことを情報として整理し、明快にわかりやすく伝えることが欠かせない時代になったというわけです。

◆情報と行動の循環

そのために何が必要か。なすべき対応はシンプルです。お客さまから繰り返される質問・疑問を<集め>、それに対する<答え>を会社全体で作し、それをホームページやチラシに<公開>し、うまくいくかどうか<試し>、伝わりにくいようであれば<改善>するという形で情報と行動・体験のサイクルを回し続けることです。

お客さまから現場に届く質問や困りごとを、サービスと説明の改善に戻す循環がつかれるかどうかという点です。口コミも「高評価を集める装置」ではなく、会社全体が「お客さま経験から学ぶ入口」として大切に扱うことです。最も大切な経営判断は、「AI対策費をいくら使うか」より先に、誰のどんな質問に責任を持って答えるのかを組織全体の意志として確認し決めていくことだと思います。

◆早いもの勝ちのブルーオーシャン

人びとがAIに何でも質問を投げる時代にあって、地域企業には利点があります。

「この地域で、この店を、私の条件で利用できるか」という問いに、現場で蓄積された経験や知識が直接かつ具体的に役だっていくからです。先行するモデルや競争のない、未開拓の市場が「ブルーオーシャン（青い海）」として潜在しています。

AIは“早いもの勝ち”の世界です。AIお掃除会社、AI居酒屋、AIクリニック、AI不動産・・・地域から新しいうねりが広がることを楽しみにしたいと思います。（らく）