



HSMニュース

ベトナムへ行ってみた！

Xin chào！（シンチャオ）！

ベトナム語の挨拶の言葉で、朝昼晩、さようならまでいつでも使える便利なあいさつらしいです。新型コロナウイルスの影響が出始めて以来、約4年半ぶりにベトナムのホーチミンへ行って参りました！ベトナムには、当社管理船へ乗組員の配乗を行っている「INLACO SAIGON」というマンニング会社があり、私が前職の時から大変お世話になっております。2017年より当社管理船へも配乗して頂いており、大変懇意にさせて貰ってます。



因みに、同社の正式名称は、「International Shipping and Labour Co-operation Joint Stock Company」というとても長い会社名となるので、通常皆「INLACO-SAIGON」と呼びます。



最近、リモートでの打合わせが主流となってきておりましたが、やはり実際に顔を合わせて、膝を突き合わせて話をすると、リモート会議では出来ない様な話も出来、非常に有意義なものとなりました。

ベトナム船員に関しては、コロナ前の状況においては、全体的な国の経済発展に伴い、船員になる学生も少なくなってきたり減少傾向にある様な印象がありましたが、今回話を聞いた中においては、同社の船員数もコロナの影響で少し減少した時期もあったが、以前同様に戻っており、予備員も十分との事でした。今後も暫くは船員の供給においては問題無さそうでしたので、当社としましても引き続きフィリピンに次ぐ第二の船員ソースとして今後もベトナムの優良船員を安定的に確保・配乗していきたいと思えます。

当社においては、もちろん船主様の要望に応じて柔軟に対応を致しますが、基本的には、World Wideの船舶をフィリピン船員、近海船をベトナム船員と位置付けております。

ベトナム船員自体は、英語に多少の難がありますが、基本的には非常に真面目で誠実な印象で、仕事も一生懸命こなしてくれます。

同社とは今後も、船員の質向上に向けた船員の教育訓練含め、情報共有や各種課題の解決に向け協力体制を強化していきたいと思えます。

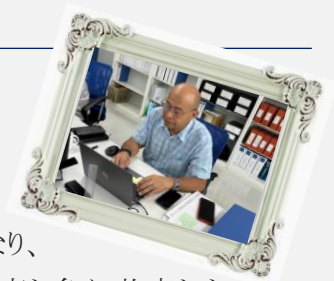
それでは、Hẹn gặp lại（ヘン ガッ(プ)ライ）！（じゃあ、また！）

さよならダニー。

大変寂しいことに、2023年8月より、当社にて約1年間一緒に働いて貰ったMr. Dannyが、残念ながら当社を去る事となり、2024年6月7日付で退職致しました。

彼としましても、年齢も69歳が近づき、色々と心配事も多くなってきたところに、持病の悪化も重なり、自国での家族との生活を意識するようになったようです。年齢の関係もあり、思った様に出来ない事も多く、物忘れも多かった為、皆様には大変ご迷惑をお掛けした事と思えます。

その様な中、本人なりに大変一生懸命頑張ってもらっていましたが、身体の状況も改善されず、やはり家族と一緒に暮らすのが良いだろうとの判断から、今回の決断に至りました。



御取引先の皆様におかれましては、色々とご迷惑もお掛けしたかと思いますが、多大なるご協力ありがとうございました。

本人は、先日無事帰国をいたしましたので、現在は家族と共に健やかに暮らしていると思えます。



やはり、一緒にやってきた仲間が去るというのは寂しいものです...

ダニー Thanks & Good Luck!



このコーナーでは散歩の似合わない男「桑村(43歳になりました)」がその重い体(?)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きます。

皆さんが日生方面へ出張される際の合間にちょっと寄り道したり、休日にふらっと出かける参考にして頂けるような場所をご案内していきたいと思います！

くわ散歩 第2回:実は晩酌も魅力的！「来来亭 赤穂店」での夜の楽しみ

皆さんこんにちは！くわ散歩では、まだ知られてない穴場など、様々なスポットを紹介したいと考えているのですが…すみません、第2回にして早速日生を離れてしまいました。実は私、目の前に美味しいものが出てくると、食べることに集中してしまい写真を撮り忘れるという悪い癖がありまして…今回日生でも何度かチャンスがあったのですが、全て撮り忘れており、ご案内出来ない状況なのです…申し訳ございません。

と言うことで、隣の兵庫県赤穂市のお店をご案内します。しかもチェーン店！？ですが、オススメなのには間違いありませんので、是非ご覧下さい！



別日に撮影した店舗の写真です(当日外観を撮り忘れまして…)

今回ご紹介するのは、JR播州赤穂駅から徒歩約20分/車で約5分にある「来来亭 赤穂店」です。日生にお越しになる方で、赤穂市宿泊の上車移動の方は見かけ事があるかもしれません。また、西日本では店舗数も多いため、お店そのものをご存じの方も多いかと思います。(私は東北・北海道の人間なので、実は知りませんでした)黄色の看板が目目で「来来亭だ！」と分かりますね。

※なお、来来亭赤穂店は火曜日が定休日です。初め気付かず火曜日に訪問し、肩を落として帰ることになりましたので皆様ご注意下さい



店内に入ると、これぞラーメン屋！という雰囲気がありテンションあがりますね。カウンター席の他小上がり席もあり、グループでも一人でも気軽に利用できるのも嬉しいです。

この日は仕事終わりで夜遅くに訪問しましたが、夜8時過ぎでも入れ替わり立ち替わりお客さんが来ていました(結果的に長居していたのは私たちだけでしたね…)



実はこの日は晩酌目的で来たので、まずは一品メニュー。豚キムチが美味しいと聞いていたので注文したのですが…これが本当にお世辞抜きで美味しい！！ピリ辛のキムチと柔らかい豚肉がすごく美味しくて、個人的には過去一の旨さと思いました。これは本当に箸が止まりません。



正確にはビールが止まらないのかも



その他麻婆豆腐や焼肉ポークという商品も頼み、こちらも美味しい！メインがラーメン屋ですから一品メニューの数は限られるのでそんなに頼みすぎなくていいなと思っていたのですが、厳選されたメニューが美味しすぎて、これは結局食べ過ぎちゃいますね、、、ここでこだわり酒場のレモンサワーをお替わり…



適度に酔ったところで、締めラーメン！私実は(皆様お気づきかもしれませんが)大した舌は持っておらず「うまい！」しか言えないのですが、実際「ウマイ！」。ホームページによると鶏ガラスープなんだそうで、それでさっぱりしながらコクがあるんだと、今この記事を書きながら納得しています。

一品メニューにお酒でお腹いっぱいかと思いましたが、麺もスープも美味しく、結局普通に食べきりました。



実は半チャーハンも食べました。ここでも写真を撮っていないことに気づき、食べていない側から撮影



西日本に住んでいる方には定番かもしれませんが、美味しさや気軽にサッと晩酌が出来るところがいいなと思い、今回ご紹介させて頂きました。

私の常宿「東横イン播州赤穂駅前」からも遠くないので、千鳥足でご機嫌に帰りました。

赤穂にお越しの際に限らず、お近くにある際にはサッと晩酌にオススメです。是非一度お試し下さい。

それではまた次回！

今度は忘れず
写真を撮ります！





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ます!

今回も私が気になった記事をピックアップして、皆様にご紹介したいと思います!

今回の記事も、我々の仕事の原点、本質を問う様な内容で、少々耳の痛い内容になっております。

皆さまはどの様に感じるでしょうか???

商品やサービスの真の価値はどこにあるのか?これを知らないと何をやっても売れません。

■ 商品やサービスを通じて何を心得て満足するのか?を洞察する。

お客さんは、

「目の前にある商品そのものを求めているから購入する。」と思いませんか? 目の前に山があるから登るみたいな(笑)

確かに商品そのものを求めて購入します。ですが、そこには商品を必要とする理由が必ずあります。

それこそが、お客さんの持っている商品に対する価値観です。

その価値観を察知することが第一線の現場ではとっても重要です。

「いわれなくても、当たり前じゃ!」「それぐらいのことわかってますよ。」

って反論されそうですが、頭でわかっているだけで、いざ、売り場や営業している場面、宣伝文句なんかを見てみると、

「ほんまにわかってますう?」というところは、結構多い、てか、ほとんどそうです。

- ・目の前の商品が売ればそれでいいじゃん、
 - ・サービスを利用してもらったんだからそれでええやん、
 - ・たくさんご来店くださったんだからいいじゃないですか、
- で済ませている会社やお店がそうです。

マーケティングには定義がありませんが、売ればそれでいい、お客が集まればいい、または、そういう仕組みを作ればOK、というのがマーケティングではありません。

たとえば、新しい洋服を買いにいきました。デザインも色も好みで試着するとサイズもピッタリ。

店員さんからも

「よくお似合いですわ〜。これからのシーズンにもピッタリなんですよ。」と話しかけられ、すっかりご機嫌。

で、そのまま購入。よくあることです。

確かにこれでOKなのかも知れません。

ですが、そのお客さんはまたそのお店に帰ってくるでしょうか?

商品ではなく、お店のファンになってくれるでしょうか?

その確率はどれくらいでしょうか?

この確率をどうやっていけば自然と上がっていくのか? ってことを考える必要があり、実際に考えたことを実践していく、これがマーケティングです。繁盛しているお店や会社はこのことを十分に理解しています。

確率を自然と上げていくには、顧客を誘導したり、煽ったりといったテクニックでは全く通用しません。

そんなものではなく、お客さんの商品に対する価値観に対して理解を一步深めることが重要になります。

たとえば、先ほどの洋服店の場合だと、

お客様が試着して気にいって満足しているということ以上に、実際にその洋服を着て出かけた先で友人や家族から

「その服、いいね。」「おしゃれだね。」と褒められる。

あるいは、気分が落ち込んでいたけど、その服を着れば、気分転換になって、気が少し晴れた、などというところに商品価値がある、ということを知る、ということです。

つまり、商品は、お客さんの中で物質的な価値以上に、価値あるものとして感じている、ということです。

そのことを知っておくと、

「よくお似合いですわ〜。」なんて誰でもできるトークで終わることなんてないのです。もっと他に伝えるべきことがあることに気がつきます。あなたならどのようにこのお客様へ話しかけますか？ 考えてみてください。

これは商品だけでなくサービスにも言えること。

たとえば、肩こりがひどくてマッサージに行きました。確かにマッサージを受けると気持ちがいい。コリも取れ、体もらくになり、すっきりしました。でも、ほんとの価値は”気持ちがいい”とか”コリが取れてすっきり”ということではありません。マッサージを受け、肩こりが治ったことによって、デスクワークが今まで以上にはかどるようになった。それに伴い集中力も上がるようになった。テレワークで巣籠もりの方には必要ですよ。

足のむくみだと、むくみが取れてスッキリしたのが価値ではなく、むくみが取れたことによって、立ち仕事が辛くなかった。あるいは、お気に入りのブーツがはけるようになった。など、マッサージそのものによる快適さ以上に、価値を感じているのです。

・英語が話せるようになりたい、

→ 話せるようになった満足ではなく、話せるようになって、どうなったか？

海外の友達を作りたい、留学したい、就職に有利・・・

・痩せたい

→ 痩せたという事実だけでなく、痩せたことによって、どうなったか？

好きな服を着れる、モデルようになる・・・

・美味しいものを食べたい

→ 美味しいという満足ではなく、美味しいものを食べてきた、ということを友達に話したいとか、インスタに挙げて自慢したい・・・

など、どこでもいえることです。まとめてみると、お客さんにとって商品やサービスの価値というのは、物質的、時間的な満足だけでなく、それらを通じた先にある満足なのです。

従って、商品やサービスそのものに対する価値ではなく、その先にある、それ以上の価値を察知し、伝えていくことができるとお客さんから選ばれる確率も自然と高まっていくのです。

めっちゃくちゃ簡単にいうと、

「えっ、そこまで考えてくれてたんですか？」

というようなことをお客さんから言われるようになりましょう、ってことです。

そんなことが、信頼関係を育てていき、リピーターやファンが増えていくのです。

■ 今日のおまとめ

『お客さんは商品やサービスを通じた先にある満足を求めている。』

ということで、今回の記事はいかがでしたでしょうか？

お客様のニーズに応えること。

というのは最低条件であり、どこでもやっつてること。その半歩、一歩先を察知することが、お客様に選ばれるためには必要なことなのではないでしょうか。

お客様は常に選択をしています。その選択基準として、お客様でさえ分からなかった商品価値というものを伝えることが大事です。商品、サービスそのものではなく、その先を見て、その先にある本当の価値を見つけてみましょう。

我々の行っている船舶管理業も「サービス業」です。

最近では業務に追われ、とにかくこなす事ばかりを考え、目の前の業務をこなす事、目の前のトラブルに対応する事、やらなくては行けない事が山ほどある中、目の前の事に追われ、その先にある本質、を見逃してしまっていたかもしれません...

本質を忘れ、本来考えないといけない事を蔑ろにしてしまっているのではないかと？

改めて船舶管理の本質を良く考え、それらを踏まえて、本当に価値のあるサービスを提供していきたいと思えます。

船舶管理会社は選ばれる立場です。選ばれ、求められる会社でなくてはなりません。

表面上の事だけでなく、その先にある価値を良く理解して、当社の事業コンセプトでもある「かゆい所に手が届く」サービスを提供し、選ばれる管理会社を目指していきたいと思えます。

今さら聞けない

海運基礎知識 「船の接待費について」

今回は、「接待費」を取り上げたいと思います。

以前にも本誌で、各港における接待費事情をご紹介した事がありますが、改めて少し触れてみたいと思います。

船での接待にはどんなものがあるの？

- ・一般的によくあるのは、食事の提供や水やジュースなどのドリンクの提供、そしてお酒やたばこなどの物品（ボンド品）の提供などがあります。
- ・港によっては、お酒やたばこなどの物品だけに留まらず、あからさまに現金を要求する事も少なくありません。
- ・これら現金や物品の提供は、その港における入出港や荷役等々がスムーズに行われる様に、関係者に提供されます。
- ・この様な事は、昔からありましたし現金を要求することも少なくありませんでしたが、近年では現金を要求する港（国）自体はかなり減ってきたと感じます。中国においても近年は殆どありませんし、韓国や日本では当然ありません。
- ・しかし、当社の管理船も頻繁に寄港するインドやバングラデシュ、インドネシア等は未だに当たり前の様に要求します。
- ・これらの国においては、CIQ（Custom（税関）、Immigration（入管）、Quarantine（検疫））の役人はもちろんのこと、PSC、代理店、パイロット、カーゴサーベイヤー等々、あらゆる関係者がお金をせびってきます。
- ・そして、彼らは現金に加え酒やたばこ等の物品（ボンド品）も持って帰ります。そして、飯も食べやがります。

どれぐらいの費用が掛かるの？

- ・発生する接待費の費用はその港でまちまちですが、最近では全体的に上昇してきている様な気がします。
- ・特にインドは酷いです。ほとんど全ての役人や関係者がむしり取っていきまじし、酒やたばこも持って帰ります。CIQの役人については毎回数名のグループで来て1グループでUSD1,000～USD2,000取っていくこともあります。その他にも色々な関係者がせびりに来ますので、合計にすると1回の入港でUSD3,000近く取られることもあります。
- ・インドネシアにおいては、インド程高額ではなく、大体1グループでUSD200～USD300程度ですが、毎回必ずきます。
- ・この様な国（港）においては、食事についても、毎回大勢の人間が当たりまえの様に船で食事を取っていきます。各船の予算にもよりますが、1食当たりUSD2.5～USD3.0程度の予算になりますので、大勢の人間に毎日の様に食べられるとそれなりの出費になります。毎日3食しっかり食べにくる輩もいます。
- ・当社管理船において、インドやインドネシアへの寄港が重なった月などにおいては、現金だけでも1ヶ月でUSD5,000以上のコストとなることもあり、それに食事やボンド品も加えればかなりの高額費用になります。
- ・PSCに関しましては、インド・インドネシア共にUSD2,000以上要求してくることが多いですが、交渉して最終的に大体USD1,000～USD1,500程度の支払いになる事が多いです。

誰が負担するの？

- ・それではこれらの費用は誰が負担しているのかというと、これは契約にもよりますが、用船者及び船主となります。
- ・基本的には、これらの接待費はその港における入出港や荷役など船の運航に関係する事から（PSCは除く）、用船者（オペレーター）が負担すべき物であり、昔は用船者が実費を負担する事も多かったですが、近年は、C/Pにおいて、C/V/E（Cable/Victualing/Entertainment）として月額固定額を決めて船主に支払われるのが一般的となっています。
- ・本来、用船者の業務に関する費用は船主が負担する義務を負うものではありませんが、C/P上Lumpsumで取り決められている為、実際に発生した費用がその金額を超えた場合は、その分は船主負担となってしまっています。
- ・上記の事からも就航する航路によって、その費用も大きく変わってくることから、C/Pの交渉においては、それらも踏まえてC/V/Eの金額を決める様に交渉する必要があります。

以上、簡単ではありますが、現金の譲渡（アンダーテーブル）含む船舶における接待費について簡単に説明させて頂きました。また今後機会がありましたら、当社管理船における各港での実績などを集計して発表してみたいと思います。