

森松グループ

MISSION 想い、つくり、つなぐ。

VISION 年輪のある企業になる、自分になる

- VISION**
1. 今、ここ、私を常に考える
 2. 仕事は段取りで80%決まる
 3. 利は元にある
 4. 受信は発信に比例する
 5. みんなで、早く、遠くへ

自宅の断捨離

森 直樹 (社長)



GW 連休も間近になってきましたが、先月も話題に挙げた中東情勢は依然として混沌としており、先行きの見えない状況が続いています。相次ぐ原材料の値上げと、それに伴う価格交渉が連日続いているのですが、まずは商品の継続的な供給が最優先であり、お客様にとっても、安定した供給があってこそビジネスを継続することができます。かつて経験したことのないような状況ではありますが、全社で、また業界間の連携をもって乗り切っていきたいと思っています。15年住んだ自宅を改修しました。そのタイミングで収納スペースの見直しもあり、私物をいろいろ処分しています。レコードやCDが段ボール数箱分ありましたが、ここ何年もわざわざ取り出して聴くことはなく、スマホの配信サービスで聴くことがほとんどになっていました。棚に並べて飾るスペースもないため、保有していた約7割は宅配買取に依頼して引き取ってもらいました。しばらく袖を通していない服も同時に処分しました。さらに、昔の手紙が大量に出てきました。当時の出来事が思い起こされ、懐かしい気持ちになりましたが、保管するかどうかを考えたとき、これから先、過去を振り返る時間がどれくらいあるのかと考えると、それよりも今後のために時間を使いたいと思い、これも処分することにしました。ひとつ踏ん切りがつくと、これから



もいろいろと整理・処分が進められそうです。

時代だね

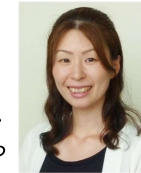
村橋 敦士（総務・経理）



休日、妻と子供が出かけている最中、「ピンポン」と音が鳴る。2階にいた私は駆け足で1階に降り、扉を開けた。すると、息子の友人A君が遊ぼうと呼びに来てくれていた。残念なことに息子は外出中。せっかく友達が遊びに来てくれたので、この機を逃してはいけないと思い、すぐ妻に電話して帰ってきてもらうように丁寧にお願いした。その間、一緒に帰りを待つことにし、A君との世間話が始まった。「習い事はしてるの?」とか、「学校は楽しい?」とか、他愛もない話が続いた。「息子は家でゲームばかりしてるよ。A君もしてるの?」「インターネットでロブロックスやってる」と答えたA君。インターネットでロブロックス???マリオやポケモンではなく、ロブロックス。初めて聞いた言葉に戸惑いながら、A君にロブロックスについて教えてもらう。簡単に言うと、世界中の人とオンライン上で遊んでいるそうです。「普段はロブロックスをやっているんだね。他には?習い事とかしてないの?」と聞くと、さらに驚きの答えが返ってきた。「僕はYouTuberだから、習い事はしてないね」。私は何度もA君に聞き直した。「YouTubeで配信しているの?」。外でサッカーやドッジボールで遊ぶのではなく、YouTubeで配信しているというA君。もっと突っ込んで話を聞いてみたかったが、妻と子供たちが帰ってきた。妻にA君の話をする、と「時代だね」と驚きを見せた。ちょうど少し前に、小学生がなりたいた職業を新聞で見たが、そこでもYouTuberは上位に入っていたと記憶している。すでに小学3年生にしてYouTuberになっているA君の将来はどうなるのか、楽しみです。うちの息子は「目が悪くなるからゲームは何分まで、外で遊んでこい」と昭和の時代のように日々言われているので、YouTuberのA君とは真逆ですが、今のところは学校やトワイライトでも仲良く遊んでいるようです。

付録

小坂 美香（企画営業部）



ここ数年、雑誌の付録は驚くほど進化していると思います。数年前までは、付録といえば単なるおまけのような感覚でしたが、今はバッグやポーチ、財布、コスメなど実用性のある物も多くあります。また、付録とは思えないほど、しっかりとした素材や作りであったり、人気ブランドやキャラクターとのコラボ品も多く、「本当にこの価格でいいの?」と思ってしまうほど低価格で豪華な物もあります。価格も数百円から千円台で、お得感があり日常的に使用できるのも人気の一つなのだなと思いました。そのため誰でも簡単に手に入れることができます。そしてSNSの普及もあり、



付録の情報が発売前から拡散されたり、ロコミやレビューによって、付録を目当てに雑誌を買うという人も少なくないと思います。私もその一人です。実際に付録目当てで雑誌を買ったことが何度もあります。付録の内容によっては、予約の時点で完売になってしまうケースも珍しくありません。私も予約をしようと思ったら、すでに完売しており、残念な思いをしたことがありました。今では、雑誌よりも付録の方がメインでは?と思うくらいで、次はどんな付録が登場するのかなど楽しみでもあります。これからもどんどん変化していくのだろうなと感じました。

息子の習い事

木村 天（東京オフィス）



4月も半ばを過ぎ、今年度はもう慌ただしい毎日が続いています。仕事から帰るとクタクタになることも多いですが、最近は家に帰ってからの時間が何よりの楽しみになっています。先月、5歳の息子が空手を始めました。今まで特に習い事をしていなかったのに、何かやりたいことがあるか聞いてみたところ、「空手をやってみたい!」と言い出したのがきっかけです。初めての稽古の日、道着を着て小さなお腹に帯を締めている姿を見たときは、なんだか胸が熱くなりました。「押忍!」と先生の声に合わせて一生懸命練習をする息子。まだ動きが全然揃っていないのに、とても一生懸命で可愛くて。稽古が終わった後、車の中で「今日は楽しかった!」と目をキラキラさせて報告してくれるのが、最近の私の元気の源です。週末は家族で息子の稽古の送り迎えをしています。道場までの道中や帰り道に、息子が「今日こんなことやったよ」と嬉しそうに話してくれるのを聞くのが好きです。5歳という小さな体で新しいことに挑戦する姿を見ると、「自分ももっと頑張らなきゃ」と自然に思えます。空手を始めたことで、息子の中で何かが少しずつ変わり始めている気がします。私自身も、息子の頑張りに刺激をもらいながら、仕事と家庭のバランスを大切にしていきたいと思っています。皆さんも、家族との何気ない時間の中で、たくさんの小さな幸せを見つけられているでしょうか。息子が空手を続けるように、私も日々を丁寧に積み重ねて、家族みんなで良い波紋を広げていけたらいいなと思います。



格闘ゲーム

加藤 啄馬（製造部）



友人に誘われて、人生初の格闘ゲームを始めました。始めたゲームはストリートファイター6で、発売から2年以上経っていますが、まだまだ大勢の人が遊び続けています。動画配信サイトなどでも多くの配信者たちがいまだにプレイし続けている影響もあるのか、プレイ人口が増え続けているようにも思います。「ウィキペディア」によると、1987年に第1作目が発売され、今では多くのシリーズ作品が出ているゲームとなっています。格闘ゲームといえば、「コマンド」を入力して「必殺技」を出し、技の順番を覚えて「コンボ」をするなど、練習することが多くありますが、今作からは初心者でも遊びやすいように「モダン」というシステムが登場し、ボタンを押すだけで必殺技を出してくれます。おかげで少ない練習時間でも対戦ができて嬉しいですね。使えるキャラクター数は28人いて、僕が今練習しているキャラは「豪鬼」です。特徴としては、多彩な攻めの手段・飛び道具・無敵技・コマンド投げ・移動速度の速さなど、高水準で高性能ですが、弱点として体力が他と比べて低く、9000HPとなっています。選んだ理由としては、攻略サイトに載っているキャラの強さランクを見て選びました。キャラの性能が良ければ良いほど少ない練習時間で強くなれますからね、時短です。格闘ゲームをやり始めて分かったことは、友人と初心者ながら適当にやっても、負けたら悔しいし、勝ったら嬉しいということです。学生時代にやっていたスマブラを思い出しました。慣れてきたらネット対戦でいろんな人と対戦してみたいなー。



2026年ゴールデンウィークはどう過ごす？最新データから見える“ちょうどいい連休”の正体

2026年のゴールデンウィーク（GW）は、従来の「大型連休＝旅行」というイメージから、少しずつ変化が見え始めています。最新のアンケート調査をもとに、今年のリアルな過ごし方の傾向を整理しました。

■「近場・自宅」が主流にシフト

まず注目したいのは、過ごし方のベースが大きく変わってきている点です。「自宅で過ごす」と回答した人が最も多く、全体の約4割を占めました。加えて、外食や近場でのレジャーといった“日常の延長”の過ごし方も上位に入っています。物価上昇や移動コストの高騰を背景に、遠出を控え、生活圏内で無理なく楽しむスタイルが広がっているといえるでしょう。

■外出意欲は高いが「日帰り・短期」が中心

一方で、「何らかの外出を予定している」という人も一定数存在します。ただしその内容を見ると、[日帰りや1～2日の短期外出が中心][宿泊を伴う旅行はやや控えめ]という傾向が明確です。つまり、「出かけたかった気持ちはあるが、混雑やコストを考えて遠出は避ける」という、慎重かつ現実的な選択が主流になっています。

■“予定なし”も増加、過ごし方は二極化へ

興味深いのは、「特に予定はない」と回答する人が4割を超えている点です。これは過去数年と比較しても高い水準であり、ゴールデンウィークの過ごし方が、[積極的に外出する人][あえて予定を入れず休息を優先する人]という二極化に向かっていることを示しています。

■人気の行き先は「気軽さ」がカギ

特に家族層においては、以下のような場所が人気を集めています。[公園][テーマパーク][動物園]いずれも共通しているのは、「移動負担が少ない」「費用を抑えやすい」「柔軟に楽しめる」といった特徴です。大がかりな旅行よりも、“ちょうどいい距離感”で楽しめるレジャーが選ばれていることが分かります。

■節約しつつ「体験にはお金を使う」

今年のもう一つの特徴が、“メリハリ消費”です。ガソリン代や物価上昇の影響により、[遠出を控える][移動コストを抑える]といった節約志向が見られる一方で、[外食][レジャー体験]については「削りたくない」と考える人も多く存在します。単なる節約ではなく、「何にお金を使うか」を見極める消費スタイルが定着しつつあります。

■家族世帯は「無理しない」がスタンダード

子育て世帯では、「自宅でゆっくり過ごす」が最も多く、次いで帰省という結果になっています。混雑や移動の負担を避けるため、あえて予定を詰め込まず、家族のペースを重視する過ごし方が支持されているのが特徴です。

まとめ：2026年GWは“ちょうどいい過ごし方”の時代へ

2026年のゴールデンウィークは、[近場で楽しむ][日帰り・短期が中心][自宅時間も大切にす]といった、「無理をしないバランス型」の過ごし方が主流となっています。かつてのように「せっかくの連休だから遠くへ行」という発想から、「自分にとって心地よい過ごし方を選ぶ」時代へ。ゴールデンウィークは今、“特別なイベント”から“自分らしい時間を整える機会”へと、その意味を少しずつ変え始めているのかも知れません。

あなたはこのゴールデンウィークを、どんな“ちょうどいい時間”にしますか???

ウサギ

金子 佐知子（東京オフィス）

ウサギを飼っています。色はグレーで8歳。名前は「きぬ」といいます。家に迎えたときがきぬさやの収穫時期だったので、友人がつけてくれました。初めて来た頃はとても小さくて、ガムのボトルくらいの大きさしかありませんでしたが、今では子猫ほどの大きさです。子ウサギの頃、縁側のガラス戸を開けておくと勝手に庭におりて草を食べ、跳んで走り回って日向ぼっこをしていました。満足するとまた勝手に室内に戻ってくるという、穏やかな日々を過ごしていました。ある日、夕方になっても帰って来ない。名前を呼んでも気配がなく……。もしや門の隙間から道路へ



出てしまったのか、はたまたカラスがくわえて連れていってしまったのか、必死になって探しましたが見つかりませんでした。それから3日3晩、ガラス戸を少しだけ開けておき、室内にエサを置いておくと、姿は見せないのに食べた形跡がありました。どうやら庭のどこかにいるらしいとわかり、ほっとしました。結局4日目になって、顔に泥をつけてやさぐれた表情で戻ってきました。縁の下に長い長いトンネルを掘り、少しだけ野生に戻った気分でも過ごしていたようです。その日から庭への放牧は禁止！本人も反省しているのか、庭には出たがりません。今はふかふかの毛布の上で、いびきをかいて過ごしています。

