



Chairman's Column

ウェルビーイングな職場での「ウェルビーイングなドレスコード」

毎日暑い日が続きます。2025年も6月からすでに30度超えはもはや常識、パリ協定では2030年までに温室効果ガスの排出を抑えて、産業革命時の気温よりも1.5度以内を達成するとされてきました。しかし肌感的にはもう1.5度どころか5度くらい上昇しているような気がしてなりません。世界気象機関（WMO）によると2024年時点で産業革命時比1.55度上昇だそうなのですが、とても信じられないです。どこか納涼に連れて行って欲しい今日この頃です。

さて今日は職場のドレスコードについてです。当社のドレスコードが大きく変わったのは、やはりコロナ禍の影響でした。それまでは、男性のドレスコードにおいて「お客様にお会いする予定がある場合は、スーツにネクタイ着用」「それ以外はカジュアルOK。ただし、Tシャツやジーパンは不可」というルールが一般的でした。しかし、コロナ禍でお客様に直接お会いする機会が激減したことで、ドレスコードのルールも変化しています。ちなみに私も、ビジネスカジュアルとしてジャケットにパンツスタイル（ジャケパン）を取り入れ、ストレッチ素材を多用して快適さを重視しています。一方で、久々にスーツを着ると、生地が硬く感じたり、体型の変化で少しきつく感じたりして、ますますスーツを着るシーンが遠ざかっているのが現状です（笑）。

一方、東京メトロのようなお堅い職場でも最近では変化が見られます。例えば、スニーカーやピアス、さらにはサングラスの着用も認められています（日経ビジネス2025年7月7日号）。特に乗り物運転時におけるサングラスは、白内障予防のため医師からも推奨されており、非常に合理的な取り組みです。

以前は、「働く場所＝ユニフォーム＝スーツ」という昭和的な発想に縛られていた私ですが、令和に入り大きく考え方が変わりました。職場は仕事をする場所ですから、最大限のパフォーマンスを発揮できるウェアを選ぶべきだと思うようになったのです。皆さんの職場では、どのようなドレスコードがウェルビーイングに寄与しているのでしょうか？

代表取締役会長 松澤 和浩





不動産マーケット情報

コングロマリット・ディスカウント

企業投資ファンドが投資した企業の価値を高める手法として、まず保有資産の中でも大きな比重を占める

「不動産」を切り離す戦略がよく取られます。これは「アセットライト化」とも呼ばれ、事業運営に直接必要でない資産を分離・売却することで、資本効率を高めることを目的としています。この際、分離された不動産は、ファンドの別の投資ビークル（同一グループ内の不動産ファンドなど）に移される場合や、第三者に市場で単純売却される場合もあります。企業本体は、その後も同じ施設を借りて使い続ける「セール・アンド・リースバック」の形式を取るにより手元資金を厚くし、より成長投資や株主還元資金を振り向けることが可能となります。

こうした動きの背景には、「コングロマリット・ディスカウント」という市場の構造的な現象があります。これは、複数の異なる事業を抱える企業が、その合算価値に対して市場から割安に評価されてしまうことを意味します。異なるビジネスモデルや収益構造が混在すると、経営の透明性が低下し、投資家が真の価値を見出しにくくなると言われています。

たとえば、米ゼネラル・エレクトリック（GE）は長らく多角経営の象徴とされてきましたが、近年は医療・航空・電力の3事業に再編し、2024年に完全分社化を実現しました。日本では、日立製作所がIT・エネルギー分野に集中するため、グループ内の白物家電、建機、金属などの非中核事業を売却・分離し、株価の持ち直しと企業価値の再評価を実現しています。



こうした背景の中で注目されているのが、フジ・メディア・ホールディングス（FMH）の事例です。FMHはメディア事業に加え、オフィスビルやホテルなどの不動産事業を保有しています。近年はこの不動産部門の収益性が高く、一部投資家からは「本業以上に価値がある」との声も上がっています。実際、アクティビスト投資ファンドが「コングロマリット・ディスカウント」に着目し、FMHに対して不動産部門のスピンオフやガバナンスの見直しを提案しています。一方、FMH側は「メディアと不動産の補完関係は重要であり、グループ一体での成長が企業価値向上につながる」として、現時点では分離には慎重な姿勢を見せています。

コングロマリット経営のあり方は、単なる資産の保有構造にとどまらず、企業の成長戦略や社会的責任とも関わる複雑なテーマであり、FMHの今後の対応は、多角化経営の再評価という観点からも、大いに注目されるどころです。

ナレッジマネジメント室 平井 茂



Monthly Topic

ASAグループは、De-vrandからさらに一步前へ

みなさま、いつもASAグループの活動に温かいご支援をいただき、心より感謝申し上げます。

ASAグループのブランドの進化「De-vrand」から、早くも1年が経過いたしました。この1年は、ASAグループにとって「変化」を「進化」へと昇華させる、大きなチャレンジの連続でした。

まず何よりも、この変化の起点となったのは“内側”の改革です。社内メンバーひとりひとりの意識が少しずつですが、しかし確実に変わり始めました。今までの「風習」である社内の日々の改善活動に加え、旧来のワークフローに固執しない柔軟な姿勢が、徐々に組織全体に広がっています。

その結果として、PM様・AM様、そして他の会計事務所の皆様からいただくさまざまな課題への対応も、少しずつ前進しています。一步ずつではありますが、「耳を傾け、行動する」文化が歩き始めています。



一方で、グローバル人材の採用とトレーニングによる戦力化が進行中です。言語力を駆使しつつ、より多様なお客様への対応力が確実に高まっています。

また、昨年スタートをお知らせしたファンド対応ERPである、Théseus Data Lake (TDL) も、いよいよ実用フェーズに入りました。6月には大規模案件における初モジュールをローンチ。秋から年末にかけて、次々と新モジュールの導入を予定しており、業界の業務プロセスを変える革新が、いよいよ現実となりつつあります。

さらには、他の会計事務所様とのアライアンスも実を結び始め、共同での案件対応がスタート。連携によって、よりスケーラブルかつ柔軟なサービス提供が動き始めています。

そういえば、最近では社内でも「旧社名」をうっかり口にする人が減ってきました。とはいえ、ふと目にする社内資料の片隅に残る旧ロゴや旧社名には、懐かしさと共に「1年でここまで変わる」という実感を抱かずにはられません。

世界の資金の流れを滑らかに。
誰もが心躍る未来へ。

この理念のもと、ASAグループはこれからも進化を続けます。どうぞ今後の展開にも、ぜひご期待ください。

代表取締役社長 栗国 正樹