

君に贈る物語

先輩から後輩へ、 本のレコメンデーション!!

先輩が後輩に読ませたい1冊を選び、
それぞれ感想を寄せてもらいました。

後輩:中村 祐貴のレビュー

今回、田口さんに勧めていただいたこの「営業の魔法」という本は、主人公である小笠原さんが、業務用の空気清浄機を扱う会社に就職し、営業に配属されて半年が経つも1件も顧客を獲得することができず、悩んでいる中、立ち寄った喫茶店で見込み客と商談をしていた紙谷さんと出会い、その素晴らしい営業の様に感銘を受け、営業のやり方を教えてもらえるようお願いするところから物語が始まります。

紙谷さんから「営業の12の魔法」を教えてもらうのですが、私が特に印象的だったものを紹介すると、「売らない営業」というもので、営業はものをお客様に購入していただくのが目的ではなく、商品を利用してくださった人が喜び、そして幸せになっていただくのが使命で、お客様の良き相談相手となることで、自ずと結果がついてくるという魔法です。私は特定の商品をお客様に紹介する際に、自分から一方的にその商品の利点を説明するばかりになってしまい、お客様が今何を困っているのかをあまり聞いていなかったと思うので、今まで以上にお客様の声に耳を傾けることを意識し、どのようにしたらお客様の問題解決のお手伝いができるのかを考えていこうと思います。

この本を読み終えて感じたのは、目標に対してどのような気持ちで取り組むかの重要性です。最初から失敗すると思っていれば失敗しますし、絶対に目標を達成させるという気持ちで挑み、努力し続ければ、いい結果が得られると思います。自分の既成概念に囚われず、積極的に色々な事にチャレンジしていこうと、この本を読んで思いました。

若手の営業マンの方には特におすすめです、皆さんも是非読んでみてください。



先輩:田口 孝司のレビュー

社会人としてちょうど1年が過ぎ、会社にも慣れ、仕事も任せられ始め実務に追われ(追いかけれ?)る毎日過ごしている後輩(もはや息子?)に何を感じてもらえいいのか?会社に対して仕事に関して人間関係においてもいろんな思いがわいてくることだと思います。それを踏まえてこの本を選んでみました。

内容は、喫茶店で時間をつぶす売れない営業マンが、師匠からのレクチャーを受けて少しずつ成長していく話です。物語調であっさりしているので、サクサクと読み進められるのではないかと思います。営業であれば、思わずうなずいてしまう「営業あるある」も多く、面白く読ませてくれました。全体を通して営業スキル・話法・手法などテクニク的なことも多く出てきますが、それを使う営業マンとしての内面的な部分の大切さを感じて、あらためて「営業のすばらしさ」を考えるきっかけにしてもらえればいいかなと思います。

みなさんも、これから多くの困難や嫌なこと辛いことに直面するとは思いますが、初心を忘れずに頑張っていきましょう。何か偉そうなことを書きましたが、実は自分が一番元気をもらった気もします(^^^)

営業を通して、みんなが幸せになれるように!

マーケティンググループ・GM
田口 孝司

今回の書籍

「営業の魔法」
著者:中村信仁
出版:ピーコミュニケーションズ
価格:¥1,650(税込)

マーケティンググループ
中村 祐貴



ぶちデザイン講座 for ノン・デザイナーさん

Lesson#5 改行や行間にも配慮しよう

ちょっとした気づかいで、読みやすく伝わりやすいレイアウトをめざしましょう。

Point1 文字サイズ・太さで階層を作る

シヨルダー、タイトル、本文、それぞれの役割を考慮して。変な装飾は使わないこと。

Point2 タイトルは1行14文字くらいまで

Yahoo!ニュースのタイトルは約13文字、映画字幕は16文字×2行と決められているそうです。

Point3 長くなるときは改行を

意味の区切りで改行すること。1行に入りきらないうちからは、強調したい言葉のみ文字を大きくするなどの工夫もあり。

Point4 本文も1行の文字数に配慮を

横書きの場合、1行20文字程度までだと、一目で認識されやすいそうです。

Point5 適度に行間をあけて
行間が詰まっていると文字だらけの印象になり、読む気を失わせてしまいます。

※文字組みサンプル

● 駒田印刷からのお知らせ

**Web会議で
グループ企業間の
工程管理を行っています**

駒田印刷のプロダクトグループではグループ企業との製造工程管理会議をWeb会議システムにて行っています。営業から製造現場に至るまでIT/ネット環境を整備して効率化を進め、お客様にご満足いただける製品をお届けできるよう今後とも努めます。

～編集後記～

▲「サラダ劇団」は今回から駒田印刷に加えて業務提携を開始した伊勢出版、エイコープリントのお客さまにもお届けすることになりました。誕生当初はモノクロの簡単なものですが、バージョンアップを重ねて現在の形に。さらに皆さまに楽しんでいただけるよう、内容を充実させていきますので、どうぞご愛読のほどを。また、劇団公式キャラクター「ナス美」がつぶやくTwitterも要チェック。よろしければ@KPCnasumiで検索を!

▲本紙の「ふるく」も、単なる「名入れグッズ」で終わらないデザインオリティをめざしているのが私たちの自慢。今回のふせんメモをはじめ、ボールペン、夏場はうちわ、冬にはカイロ、そしてコロナ禍での必需品・ウエットティッシュなど、これまで多彩なアイテムをお届けしてきました。みなさまの企業でノベルティグッズを作る際には、ぜひ参考にいただければ幸いです。オリジナルデザインで制作可能なアイテムは駒田印刷ホームページからもご確認くださいませので、どうぞご覧ください。

★ SARADA GEKIDAN ★

サラダ劇団

新人登場
ズッキーニくん

VOL. 68 2021

駒田印刷株式会社

この情報紙は駒田印刷とお取引頂いたお客様や、名刺交換をさせて頂いた方に、季刊で役立つ? 楽しい? 情報をお届けしています。どうぞ皆様でご覧ください。また、毎号同梱している人気のオマケグッズも、ぜひデスク周りやご家庭でお使いくださいネ!

Tel:(052)331-8881(代) Fax:(052)332-3178 http://www.kp-c.co.jp

料金後納

ゆうメール

ミックス
責任ある木質資源を
使用した紙
FSC® C118254

コマダグループのモバイルマスター(?)に聞く

新料金プラン & 上手な選び方

お得なケータイ新プランが各社から続々登場しているこの春。ということでコマダグループのスタッフに気になるプランや選び方のポイントを聞いてみました。(※あくまで3/15時点での個人の感想・意見です)

ほとんどの人は現在契約している会社の「ahamo」「povo」などを検討中。

コマダグループ
全スタッフの
現在の利用状況

- ▶ 84%...大手3社
- ▶ 8%...大手サブブランド (UQモバイルやY!モバイルなど)
- ▶ 8%...MVNO (楽天モバイル、mineo、IIJmio、BIGLOBEなどの格安SIM)

セットで見直し

プロバイダや電気などとのセットでお得な「auコミュファ光」を推す声も。

- ★家のネット、ケーブルテレビ、電気やガスなどがまとめて安くなるKDDI・中部電力系を選択しました(横山美幸)
- ★セットだと支払い等がわかりやすい。新プランpovoを適用するとさらに2,000円くらい安くなるかな?(杉原信一)

わかりやすさ

大手の新プラン以外で一番の注目は**楽天モバイル「UN-LIMIT V」**。1GBまで0円、3GBまで900円、20GB超えたら2,980円・無制限というわかりやすさが人気です。

- ★最近UQから楽天に乗り換え済。2,000円くらい安くなったかも(阿部大輔)
- ★楽天の各種サービスを使っているから連携もできてよさそう(有馬健斗)

格安SIM

格安SIMで選ぶなら、2GBで780円!
IIJmioの「ギガプラン」

- ★いろいろ乗り換えまくって、IIJmioで1/3ぐらいいい。さらに春の新プランで家族を含めて半分以上安くなりそう(澤井学)

手続きがラク

手続きのしやすさで選ぶなら
大手→「サブブランド」という選択も

- ★auからUQに乗り換えましたが、まったく問題なし!(平井智朗)
- ★ソフトバンクからY!モバイルへの乗り換えは30分ぐらいでラク(神野早春)

乗り換えに際してアドバイス

- ★家でWi-Fiを使う時間が長いなら、データ量の少ないプランで十分(浅井明子)
- ★実は20GBも使っていない人がほとんど。よく考えてみてください(富崎太郎)
- ★基本データ量は低くても、翌月繰り越しサービスがあれば安心(阿部大輔)

料金プランの賢い選び方は「データ量を上手に使いこなせるかどうか」がポイント。また「結婚など、家族の状況が変わるときに見直しを」「通話が多い場合は、新プランがあまりお得じゃなくなることも」「とにかく予備知識が大事、詳しい知人に聞きながら検討を」といった声も。ぜひ参考に、よいモバイルライフを!

スペシャルおまけ

メモやインテックスに! 「サラダ劇団・りんごくんふせん」

今どきの「ふせんアプリ」も良いけど、「手書きふせん」も手元にあると重宝しますよね。

index!

OVER 40のための

若手のトリセツ

キャッシュレス、どのくらい使ってる？

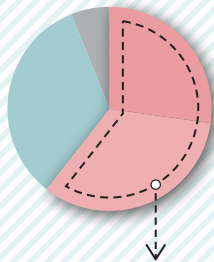
若手とのコミュニケーションに悩むミドル・シニアのための「知っておきたい傾向と対策」。今回は弊社のスタッフ全員にキャッシュレスの使用状況をアンケート。そこから見えてきたこととは？

Question

あなたは **キャッシュレス** をよく利用しますか？

※除くクレジットカード

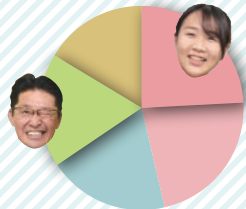
全世代の利用比率



- 積極的に利用 ……27.4%
- ときどき利用 ……33.3%
- あまり利用しない…33.3%
- 絶対にイヤ! ……6%

全世代の6割が「積極的」または「ときどき」使用!

「積極的」または「ときどき」利用と答えた年代別割合



- 20代 ……75%
- 30代 ……69%
- 40代 ……59%
- 50代 ……55.8%
- 60代 ……50%

20代が使用率ではトップ。「ほとんどの買物はポケットに入れてあるスマホで。財布はずっとかばんの中」という声も。

50代もマナカやWAONに加えApple Pay、au Pay、iD、PayPayなどキャッシュレスアプリを使用している人が意外に多い!

20代は計画的かつ堅実

20代の「積極的に使う」派ではメリットとして「系列のポイントがたまると」を挙げる人が目立ちました。また「自動で履歴が残るので金銭管理ができる」「月々引き落とされるクレジットは苦手なのでチャージ式のキャッシュレス決済はありがたい」など、計画的かつ上手に使いこなしていることがわかります。一方、「あまり使いたくない」「絶対使いたくない」と答えた20代も「手元に現金があったほうが実感がわく」「キャッシュレスだどついつい使いすぎてしまいそう」など、とても堅実。ミドル・シニア層からは「なんでもスマホでサクサク買い物」というイメージを持たれがちな若手ですが、実はちゃんと考えて使っていることがうかがえます。



多くの人を使うものだから、接点に!

年代が上がるほどキャッシュレス決済の使用率は下がっていきませんが、ミドル・シニア層もなかなかの健闘ぶり。ということは、「キャッシュレスあるあるトーク」が若手との会話の接点になるチャンスもありそうです。事実、今回の社内アンケートでも「チャージを忘れて残高不足!スマートに決済どころかレジであたふた」「スマホで決済しようと思ったらWi-Fiが弱くて立ち上がらなかった」などの失敗談がさまざまな世代から寄せられていました。キャッシュレス決済は心配だと思っていたり、キャッシュレスを検討中のミドル・シニア層は「〇〇ペイって、どう?」といったように若手に安全性や使い方を尋ねてみるのも手。話をする中で、その人の価値観や行動傾向なども見えてくるかもしれません。

Good Company, Good Job!

きらりと光る企業さん

社会福祉法人名古屋市社会福祉協議会
名古屋市認知症相談支援センター様

- 開設/2013(平成25)年
- 事業/認知症に関する普及・啓発、認知症カフェの支援、認知症コールセンターの運営、なごや認知症の人おでかけあんしん保険事業受付事務局の運営等
- 所在地/名古屋市昭和区阿由知通3-19 昭和区役所6階
- HP/http://n-renkei.jp/



このコーナーでは弊社とお付き合いのあるお客様の事業や魅力をご紹介します。今回は認知症に関する普及・啓発、相談支援などの活動を行っている名古屋認知症相談支援センター様。コロナ禍の今の活動内容に迫ります。



▲公式YouTubeチャンネル



当事者の声から始まる、「認知症の人が安心して暮らせるまち なごや」を目指して!

現在名古屋市に認知症の人は、65歳以上の約6人に1人にあたる10万人程度いると推計されています。今や認知症は誰もが関わる可能性のある身近な病気です。しかし、認知症は特別な病気と捉える先入観や誤解が広く根付いています。「認知症になると何もできなくなる。」「施設に入らなければならない。」「こうした画一的で否定的なイメージです。では、実際はどうでしょうか。認知症になっても、できることを活かして希望や生きがいを持って暮らしている人は大勢います。

名古屋市認知症相談支援センターは名古屋市の認知症施策の中核機関と位置付けられています。その役割は普及啓発や認知症カフェの支援、認知症コールセンターの運営の他、いきいき支援センター(認知症の総合相談窓口で市内に29センター設置)の後方支援など多岐に渡ります。

特に普及啓発の取り組みは、認知症の本人や家族が自らの体験を語り、前向きに生きている姿を講演会やメディア等を通して伝えることで、ネガティブなイメージを払しょくする機会となっていました。しかし、コロナの影響で講演会の開催が中止となり、直接、当事者の声を届けられない状況下で何ができるのか、その答えが「動画配信」です。

現在、名古屋市認知症相談支援センターYouTubeチャンネルでは、当事者との対談動画を配信しています。当事者の声を聴き、認知症の人が体験している世界や抱えている感情を理解し、共感できる人が増えることで、認知症の人が安心して暮らせる社会を目指しています。

Information

News 1 今年も期待の新入社員がやってきました!

昨年は春の緊急事態宣言で、いつも通りのスケジュールで入社試験を行えませんでした。結果、残念ながら当初予定していた採用予定数には達しませんでした。そんな中、早期に当社に興味を持ってきてくれた橋本菜汰さんがインターンシップからそのまま早期選考に進み、入社を決めてくれました。当社の人事関係者も皆、はじめから注目していた期待の新人です。マーケティンググループ・営業担当として近いうちに皆様のお世話になります。どうぞよろしくお願いたします。

日本の食卓における、ズッキーニのような「新米野菜」です。煮てよし・炒めてよし・レンジでチンするだけでもよしなズッキーニのように、色々な味わいのある人になりたいです!

見た目も味も、おいしいのかどうかわからない私ではありますが、皆様の「食卓」を彩るお手伝いができるよう日々努めて参ります!



橋本菜汰 愛知大学文学部卒業

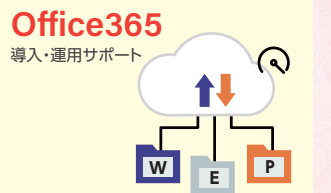
News 2 システム開発会社さんと業務提携をしました。

この度駒田印刷では名古屋市中区に本社を構える株式会社アイソーフトさんと業務提携を結びました。(株)アイソーフトさんは大手自動車メーカーをはじめとする自動車関連企業を中心に社員を派遣し、オープン系の基幹システムを開発。高い技術力を大いに評価されています。

また、Microsoftパートナーとしてさまざまな業務改善を支援。お客様の業務に合わせたカスタマイズと運用をサポートし、スピーディかつ効率的なビジネスを応援しています。現在Taskalシリーズとして、顔認証で勤怠管理ができるTaskalタイムカードなど、ライトな予算のパッケージサービスを展開中。Office365の導入・運用サポートも得意としていますので、ご興味ございましたら、ぜひ当社にご相談ください。



iPad1台で顔認証タイムカード(月額1人¥100~)



導入から経験豊富な専門家に任せれば安心です。