

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:澤崎 大陸のレビュー

“説明が上手い人”がやっていることをまとめた本? このタイトルを見た私は、「説明が上手い」のは好きなことを説明するからだ。仕事で「説明が上手い人」は、どうせ会社や仕事が大好きなだけなんだろうと、少し斜めから見てこの本を読み始めました。実際、私は友人や同世代に大好きなことを説明するときには「説明が上手いね。熱量が伝わる。」と言われるのですが、それ以外のシチュエーション、特に社会に出てから仕事の現場では、説明が上手いかわからないことが多いからです。

こんな風に“好き嫌い”で片付けてしまっていた私でしたが、この本を読んで、気持ちやモチベーションといった感情論ではなく、テクニックを身に付けることで誰でも上手くなれるということを知り納得しました。

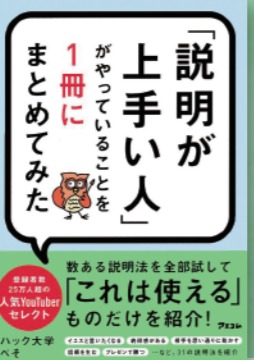
この本が強調している“上手い説明”とは、「相手ファーストで、「相手」×「目的」で成り立っている」ということです。例えば、日々先輩の山下さんに同行するということも、山下さんは相手ファーストを自然に行っていました。説明をするときには相手の人物像を把握し、相手の知りたいところを的確に押さえてから話し始めています。思い返せばたくさんそのような場面があり、身近にこの本以上に参考になるべきお手本がいることに、改めて気づかされました。この本を読んだおかげで新たな視点を持たせたので、私も“説明の上手い人側”に近づけるよう、先輩方を見習いながら、相手ファーストな説明を意識していきたいと思えます。

マーケティンググループ
澤崎 大陸

今回の書籍
「説明が上手い人」が
やっていることを
1冊にまとめた本
著者:ハック大学 ペソ
出版:アスコム
価格:¥1,540(税込)



マーケティンググループSM
山下 嘉久



先輩:山下 嘉久のレビュー

営業という職種柄、日々の営業活動の中で何かしら「説明」をしています。自社サービスや商品の説明はもちろん、プレゼンなど毎日の営業のシーンで説明は不可欠です。普段自然と実行している「説明」のことをこの本によって客観視・言語化できました。自分は決して流暢に話す方ではないと思うのですが、この本に書いてあることは意外と自然にやっている印象でした。ただ、行動としてできていないことも明確になりました。特に数字を絡めて話す部分です。数字に関しては事前準備が必要です。調べたり確認したりして得た数字を絡めて説明をすると、当然説得力が増します。ここにもう少し時間を作って調べたり確認したりする習慣をつけると、より説明に深みが増すと改めて実感・反省しました。

最近、新人の澤崎君と一緒にお客様を訪問することが多く、いつも私の説明を隣で聞いています。しっかりと内容が伝わる「説明」ができるよう改めて心がけていきます。澤崎君もこの本の内容を私と共有することで、横で話を聞きながら、今はどこにポイントを置いて「説明」している場面なのか、内容を魅力的に感じていただけるように、どのような流れで話をしているのか、など理解を深めてくれることと期待しています。

SARADA GEKIDAN ★
サラダ劇団
大阪!! めっちゃ好きやー!
©2014 大阪府もずやん
Tel:(052)331-8881(代) Fax:(052)332-3178 https://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

このたび大阪の「根間印刷」がコマダグループに仲間入りしました!
ということで、これを知っていれば大阪人!という地域限定キャラをご紹介。知ってるあなたはディープな大阪人かも?

01 もずやん
大阪府広報担当副知事のほか数々の肩書を持つ、公式マスコット。府公館に専用の部屋もあるエリートキャラです。大阪府の鳥「もず」がモチーフで、実は2010年までは「モッピー」と呼ばれていたものの、皮肉なことにUSJのセサミストリートのキャラクターがすでに同じ名前で商標登録されていることが発覚!改名を余儀なくされたという逸話も。誕生は10月8日、永遠の13歳だそうです。

02 とらとうちゃん
大阪・玉造の街を勝手に盛り上げる非公式キャラクターとして、2010年からゆる〜く活動してきましたが、最近では「働くすべての人、特に大阪のサラリーマンを応援する」という原点に回帰。今年は寅年にちなんでオリジナルデザイン年賀状の無料ダウンロードを実施して話題となりました。実は「もずやん」とも名刺交換済みとか。今後の動向が気になりますね。

03 ハニワ部長・CHO
大阪府下では大阪市に次ぐ第二の都市で政令都市にもなっている堺市。2014年から百舌鳥・古市古墳群が世界遺産に登録されるよう応援キャラクター「ハニワ課長」として活動してきました。2019年7月、百舌鳥・古市古墳群が世界遺産に登録。同年、8(ハ)月28(ニフ)日にこれまでの功績が認められ、ハニワ部長に昇任、CHO (Chief Haniwa Officer) に就任しました。また2020年8月に実績が評価され、市長直轄 特命部長になりました。

04 たこるくん
関西エリアの放送局「テレビ大阪」(テレビ東京系)は、根間印刷のある「京橋」から電車で一駅。ご近所の局のキャラクターも、たこやきがモチーフで本名「なにわ流たこる」とコテコテの大阪感!のんびりやマイペースな性格。一人前のたこやきになるため、パートナーのタコベエと冒険の旅をしています。

ぶちデザイン講座 for ノン・デザイナーさん
Lesson#11 特定のブランド・企業の名のつく色たち
一流ブランド・企業は時に大ヒット商品だけでなく新たな色の名前を産むこともあります。今回は世界的有名ブランドから生まれた色を一部ご紹介します。

AとBの色、どこかで見たことあるかも??

実はこの2色…
Aは、有名宝飾ブランド「ティファニー」が会社のカラーとして使用している淡い青緑。色名は「ティファニーブルー」。
Bは、ファッションブランド「エルメス」のパッケージに使用される鮮やかなオレンジ。色名は「エルメスオレンジ」。

今回の編集者のInstagram. ここで新しい色についての発見が…??

～編集後記～
▲ライフハックのコーナーでは、フィットネスを長続きさせるコツや失敗談をお伝えしましたが、他にも語学の勉強、日記、禁煙など「三日坊主」はつきものですね。克服法として「目標は低いところから設定」「小さなゴールを積み上げる」「ときどき褒美」「アプリを活用する」など、ネットやビジネス書にも多くのアドバイスが紹介されています。中には「やるぞ!と動いたことをまず自分でほめてあげよう」というものも。ある意味開き直りも大事かもしれませんが、いずれにしても三日坊主とは人類の永遠の課題なのかもしれません。
▲体を動かすことをしていますか?と社員アンケートを取ったところ「駒田印刷野球部に所属していた」という回答が。そう、実は以前、社内に野球部が存在していたのです。世の中的にも一昔前まで多くの企業がスポーツのサークル活動や全社的な運動会を行っていましたが、今ではすっかり様変わり。駒田印刷でも年1回のポウリング大会のみとなり、それも残念なことにコロナ以降は開催できず。そろそろ再開を期待したいのですが、はたして…。

みんなに聞いたライフハック

あなたの毎日に なるほどヒント!

第4回

フィットネスを長続きさせるには?

01

私なりの長続きのコツ



ブ ブックオフやTSUTAYAなど自分の趣味で行く店をウォーキングルートに。ときどき褒美に何か購入、掘り出し物だとモチベーションが上がリ、継続8年目に!
(エイコープリント 佐藤博之)

1 1日12,000歩を目標値に設定し、保険会社のポイントシステムを活用しています。
(駒田印刷 古橋克巳)

ウ ウォーキングを始めました。一人ではなく、友人や家族など、だれかと一緒に。楽しく続けられるようにしています。
(駒田印刷 山田佳奈)



自 自転車で通勤するなど、生活に運動を取り入れています。
(駒田印刷 椎名愛)

ニ ニンテンドースイッチでリングフィットアドベンチャーをたまにしていますが、疲れて帰宅しても面倒くさくないレベルに設定するといいです。
(駒田印刷 澤崎大陸)



スポーツの秋到来! とはいえ…

コマダグループのスタッフの中でも「何かと理由をつけて休んでしまう」「毎回、三日坊主」という声を多く聞きます。そんなわけで、今回は長続きさせるコツから失敗談までのあれこれをお届け。参考にさせていただければ幸いです。



02

グッズにもこだわってみる?



高 高機能の体重計。乗るだけで体の状態が把握できて意識が高まります。
(駒田印刷 高橋博秋)

ス ストレッチボールは怠け者の私でも唯一継続できているアイテム。背筋が伸びて気持ちいい!
(駒田印刷 大野知子)

コマダグループでは…いま何らかのフィットネスをやっている人は**全体の7割**。ジムやプールに通っている人より、**ウォーキングやジョギング、宅トレなどを行っている人が多勢**でした。モチベーションとなる目標値は一日の歩行数、体重、服のサイズなどのほか、「次の検診までに、この数値を」という切実な声も。健康維持のためにも欠かせない運動、みなさまも自分に合った継続方法がこの秋に見つかりますように。

03

はりきって投資したけど…



継 継続の秘訣はお金を払うことと初動負荷トレーニング系のジムに入りました。でも最近行っていません。費用対効果は微妙かも。
(エイコープリント 田村耕)



い いੱつき大流行したワンダーコア。腹筋はついたけど、その上の皮下脂肪を事前にとっておかないと逆にお腹が出てしまうことが後から判明…。
(駒田印刷 平田直樹)

運 運動になりそう!と買ったアイドルのライブDVD。結局なりませんでした…。(DVD自体の満足度はとても高いですが)
(駒田印刷 及川結貴)

Good Company, Good Job!

きらりと光る企業さん

このコーナーでは弊社とお付き合いのある企業さんをご紹介します。今回は、全国で手芸用品専門店を展開し、ネットショップ事業も好調な藤久株式会社さん。手作りの楽しさを提案し、人々に癒しを提供することで心豊かな社会作りにも貢献しています。



クラフトハートーカイドットコム ec.crafttown.jp/ CRA-SEW(クランソウ) tezukuritown.com/nv/c/crasew/

藤久(株)様

- 設立 昭和36(1961)年
- 店舗数 369(2022年6月現在)
- 本社所在地 愛知県名古屋市名東区高社
- 企業サイト fujiky-corp.co.jp



癒しが求められる時代に、手作りのよさを

ショッピングモールなどでよく目にする「クラフトハートーカイ」という手芸用品専門店、その経営母体が藤久株式会社さんです。設立から60年を超える歴史の中で常に大切にしてきたのは顧客の声。地域性や年代、トレンドなどを反映させた結果、現在、取り扱う商品は手芸用品、生活雑貨をあわせて4万点以上。そのうちの約60%が自社で開発したオリジナル商品となっています。

手芸用品は必ずしも生活必需品ではありません。しかし、手芸やクラフトは人々の心を癒す大切な存在です。たとえば東日本大震災の後、同社では「避難者同士のコミュニケーションのために」という要望に応え、現地のスタッフがワークショップを開催。手芸を通して多くの笑顔に出会えることができました。また、最近ではコロナでステイホームを強いられる中、手を動かす楽しさが再認識され、創作意欲が目覚める人々も急増しています。こうした需要に応えるため、同社では全国各地の実店舗で講習会などを行い、地域に密着した情報提供型の店舗作りを進めています。あわせて、公式オンラインショップ「クラフトーカイドットコム」をはじめとしたネット通販も展開。さらに、書店や店舗ではウェアや小物の作り方を掲載したムック「CRA-SEW(クランソウ)」も好評販売中。お気に入りの作品が見つかったら、材料は付録のクーポンを使って実店舗やネットで直打ちに購入、わからないときは電話やメールでの相談もOKという流れを作り、手作り初心者にも気軽にトライできる仕組みを作っています。

こんな時代だからこそ、「作る人」のさまざまな「想い」に寄り添い、そして人の心を癒す手芸のよさを多くの人々に伝え、豊かな社会形成の一助になりたい。そんな願いを込めた同社はこれからもきっと、魅力的な商品を企画・販売・発信していくことでしょう。



News 駒田グループに新会社が仲間入り!! (株)エイコープリント「根間印刷営業所(大阪)」

この度、駒田グループの(株)エイコープリント(横浜市)は、大阪市の「根間印刷」と業務提携を結び、『エイコープリント 根間印刷営業所』が誕生しました。この「根間印刷」は医療・医薬業界に多くの顧客を持つ業界特化型の印刷会社で、昭和21年の創業以来、その業界の数々の印刷物を作り続けてきました。駒田グループに加入したことで、今後は幅広い業界の一般の印刷にも対応していきます。また私たち駒田グループも大阪に営業拠点ができ、関西地方に本社を持つ企業様はもちろん、営業拠点を関西に構える企業様にとっても、より利便性の高い印刷会社になっていきます!!



(株)エイコープリント 根間印刷営業所 / 大阪市都島区中野町二丁目12-18 TEL: 06-6351-2547



入稿.com/

01 根間印刷 オリジナルサービス

『入稿.com』 医療・医薬業界に特化した専門の入力サービス。急な資料作成が間に合わない時や、紙媒体でしか情報がない保管資料のデータ化など、医療・医薬業界のテキストデータのお困りごとにお応えしています。

02 根間印刷 オリジナルサービス

『製薬企業さま向けドキュメント印刷支援サービス』

治験審査委員会用(IRBファイル)や治験実施計画書、治験概要書、治験参加カードやポケットプロトコール、同意説明文書等、お薬の治験・承認申請に関わるドキュメントの作成・発送、進捗管理から市販後調査資料まで、ドキュメントライフサイクルをトータルにサポート。



konmaprinting.co.jp/document/