

「清潔で美しい環境づくり」を通してお客様のお手伝いにご奉仕いたします。

丁稚ニュース vol.25

DECCHINEWS SPRING

発行人：松井信博

株式会社ダイキチ クレンリネス事業部

大阪市中央区島之内 1-13-28 コラヌス21 ビル

TEL: 0120-208-005



～春分の日からの3カ月展望～

春分の日が過ぎ、そろそろ暖かくなってきました。

春分の日、太陽は12星座最初のおひつじ座に移動することから、占星術では新年と考えられています。

運気の変わり目の一つである春分の日からおよそ3ヶ月間の展望をよんでみました。

この日、冬至から長くなり始めた昼と、夜の長さはほぼ同じになります。

お彼岸であると同時に3連休の最終日以降、親しかったり大切だと思う人に想いを馳せながら、自然に親しむ事で運気を充実させて行くことが出来る星回りです。

年始からの流れを振り返りながら、改めてこれからの一年を考えてみましょう。

特におうし座、かに座、うお座はわかりやすく良いことが起こるかもしれません。

星座で運気をみていく時、大抵、自分の太陽星座は知っていると思いますが、他の天体はどうでしょう？

一個人は10天体から構成されています。

例えば一定期間内に良いことが起こるとして、どの天体がどの星座に位置しているかは必ず影響してきます。

特に月は太陽と一対となり陰陽を表す基本となります。さらに、月は地球に一番近く、必ず満月新月を繰り返すことから、その意味を知り活用していくことはとても意味のあることです。

自分のバイオリズムやストレス解消の方法を知る手段にもなるので、ご自身の月星座は、インターネットなどでぜひ一度確認してみることをお勧めします。

西洋占星術・気学・ルーン 天月 妙芳 (みょうほう)

DECCHINEWS

今月のパーソン

「九十歳。何がめでたい」 佐藤 愛子 著 (小学館)

ご年配の方向けの、いわばこれから老人になるに向けてどう生きようか？の指針のような本かと手に取ってみれば、大間違いです。老いていく自身のカラダに起きる変化への嘆きや時代のめまぐるしい進化への怒りを、気持ちの良いくらい正直にパワフルに面白おかしく綴っておられます。

大正12年生まれのパワフル作家の痛快エッセイ。

ご年配の方は、わかるわかる！と筆者と同じ気持ちになって楽しく読み進められる1冊。

若い方には、『年寄りの愚痴か…』と単純に片づけず、ご高齢の先輩はこんなことを感じながら日々過ごしているのか…と、時代や若い方への叱咤の奥にある温かさに触れていただきたい1冊です。



伝わってますか？広報についてのあれこれ

時流にのっかって広報、プロモーションするって大事ですよ。
例えば、バレンタイン。チョコレート、お菓子メーカーでないのにちゃっかりバレンタイン限定プランなんて商品を出して売上アップを狙う企業がいっぱいできました。
売行きの良い商品でも、「バレンタイン限定～」、「クリスマス期間特製～」などすることで注目を集まり売上アップにつながる（こともあります。）
バレンタインや、クリスマスもハロウィンも「え！？もうそんな季節なの？」という早い時期から各社プロモーションを始めています。これは「消費者を教育している」ととらえることもできそうです。
世に出回っているプロモーション期間が長ければ長いほど、それだけ消費者の意識に作用します。「うわ！もうそんな季節？今年はずっと早くから準備しなきゃ！」「そろそろ、準備しないとイイ商品がなくなっちゃうかもしれない」とか。
そうすると早い段階で適正な価格で販売をすることができるようになります。

上の例ではクリスマスプレゼントを用意しようとするお父さんをイメージしているのです。
広報、プロモーションするときには、その情報を受け取る人（＝ターゲット）をイメージすることは大切です。
お父さんは、きっとお母さんから「去年みたいににならないようにもっと早めに準備してね！」と釘をさされているかもしれません（笑）
そういうお父さんに対しては、「早めの準備で家族からの信頼もアップ」のようなキャッチコピーが効きそうです。
ターゲット設定は、ターゲットの意識がどうなっているかを想定していることがとても大事なのです。
これは普通のコミュニケーションでは当たり前に行っていることなんですが、広報プロモーションになると忘れがちなことなんですよね。

株式会社スターナビゲーション・アソシエイツ 取締役CMO 北村 啓司

伸びる会社は就業規則で社員が動く 就業規則の本当の意図を社員に伝えるには

作成した就業規則は常時見やすい場所に掲示するか、備え付ける等の方法で社員に周知しなければなりません。
就業規則は作成して終わり、ではなく社員に実際の行動に移してもらうことが大切です。

社員への説明のシナリオをしっかりと考えるかどうか、で結果が変わります。

ではどのように社員へ伝えればよいのでしょうか。
王道パターンをお伝えします。

1. 各章のポイント（結論）から話す
（制度構築のポイント、社長が何を思い重要視しているか）
2. その理由を説明する（なぜなら〇〇〇だから）
3. 具体的な事例を挙げる（たとえばこんなときはこうしてほしい）
4. もう一度結論を話す（だから〇〇〇なのです）

たとえば就業規則に「年次有給休暇は半日単位で取得することができ、半日単位の取得は1年度あたり5日を限度とする」という一文がある場合、こういう説明がよく見受けられます。

「年次有給休暇は半日単位で取得できます。上限は5回までです。」
なんだか事務的で、え？たった5回？という声も聞こえてきそうです。

上記の1から4に則って説明してみましょう。

1. 半日単位で年休を取れることにした。パフォーマンスを最大限に発揮してもらうため、柔軟に対応できるように考えている。ただし取得上限は5回までとしたい。
2. なぜなら、ちょっとリフレッシュしたい時、通院、家族の付添いなどにあて、家庭との両立をうまく図ってほしいからだ。
3. うちチーム単位で仕事を行っている。頻りに細切れに休んでしまうと逆に効率が悪くなって、パフォーマンスが落ちる懸念もある。チームで融通をつけて活用してほしい。
4. だから導入当初は上限回数を設けたが、家族を大切にしながら自らもリフレッシュしてしっかり仕事に集中するため、半日休暇を積極的に活用してほしい。

いかがですか。社員のことも大切に考えてくれている思いが伝わってきますか？

情報提供：社労士事務所 Extension
社会保険労務士 高島あゆみ
<http://www.sr-extension.com/>

言葉を紡いで未来をデザインする

～伝える文章を書くためのコツとは～

今回は伝える文章を書くためのコツをお伝えいたします。

まず、「伝える文章」とはどのような文章なのか。
これが明確でないと伝える文章は書けません。

伝える文章とは

- ・まとまっていて、頭にすらすらと入ってくる
- ・具体的に描写されていて、イメージが鮮明にわく
- ・わかりやすく書かれている
- ・理解しやすい言葉で書かれている

ということが挙げられるのではないのでしょうか。

文章が苦手、自分の思いが伝わらないとお悩みの人の多くは、自分の伝えたいことが明確にできていません。

最初にしないといけないのは、自分の頭の中を整理することです。

頭の中にある様々な情報をまずは書き出してみましょう。
紙に書き出すもよし、PC やスマホのメモ機能を利用するもよし。

とにかく思いつくままに書き出してみてください。
頭の中でグルグル考えるのではなく、自分が一番伝えたいことが何なのかを視覚で捕らえることが大切なのです。

あとはそこに補足説明を加えたり不要な部分を削ぎ落としたりといった、パズル感覚で文章を組み立てていけば良いのです。

書くことが苦手な人の文章で感じるの、「説明が少なすぎる」ということです。自分の中で「当たり前」のこの説明が抜けてます。

説明がないためにトラブルに発展してしまうというケースも多々あります。

伝えようと思うことについてなぜそう考えるのか、なぜそう感じるのかといったことまで書き出してみると、より相手に伝わる文章が書けるようになります。

わかりやすく伝えるというのは、相手に対する配慮です。
まずは自分の頭の中をしっかりと整理するという一歩が大切なのではないのでしょうか。

情報提供：eSQUARED 株式会社
「7つ星ブログ」七星 奈津子
<http://esquared.jp/blog>

DAIKICHI

新発売 浄水機サーバー

DAY LIGHT WATER-T

DAY LIGHT WATER-C



DAY LIGHT WATERは、日本の水事情に最適な機種です。なぜなら浄水機サーバーは、宅配水のようにわずらわしくない定額料金。

飲み放題



DAY LIGHT WATER-T&C の特徴

- ・ DAY LIGHT WATER-T は面倒な設置工事が不要
- ・ ボトル保管スペース不要
- ・ 水道水からクリーンで美味しい水を作り出す
- ・ UFフィルター採用なのでRO方式と違い、捨て水が無い
- ・ 冷水と温水がいつでもOK(チャイルドロック付)
- ・ 温水と冷水は通電スイッチが付いており必要に応じてオンオフが可能
- ・ 日本未発売機種。海外では発売開始から6ヶ月で販売台数2万台の人気機種
- ・ 水のまろやかさを向上させるポストカーボンフィルターを採用
- ・ スリム設計でスタイリッシュなボディ



株式会社 **ダイキチ**



E-mail | info@daikichi-el.com
ホームページ | <http://www.daikichi-el.com/>



0120-208-005

FAX 0120-400-894

Script

— 自分たちが強くなるためのスクリプト —

弊社は、社員でこのスクリプトを 50 ほど作りました。毎朝の朝礼などで暗誦し深く理解することで自己変革、モチベーションの向上に繋がっています。その中の一つを、ぜひ紹介させてください。

持続性とバラクーダ



皆さんはバラクーダという魚をご存知でしょうか？

日本ではカマスという名前で知られています。

塩焼きや干物、から揚げにするとおいしい魚です。

非常に獰猛でサワラやイワシなどの魚を襲って捕食します。

中でも「オニカマス」という種類は 180cm にもなり、水中で人が襲われたという記録もあるそうです。

以前、アメリカのある水族館でこのバラクーダを使って一つの実験がされました。

これは非常に有名なお話で「見えない壁」という名で多くビジネスの場で使われるお話です。

丈夫なガラスの仕切り板のある水槽に、おとなしいサワラと獰猛なバラクーダ数匹ずつを入れました。

2 種の魚を隔離する仕切り板に気づかないバラクーダは、すぐさまサワラに襲いかかろうとします。

しかしバラクーダは鼻先を「ガツーン」と、思いっきりガラス板にその都度ぶつけてしまいます。

何度ぶつけたことでしょうか？ しまいには、さすがのバラクーダも攻撃をあきらめてしまいました。

しばらくしてから真ん中の隔離している仕切りのガラス板が外されました。

しかし、バラクーダは仕切りのあったところまでは泳いでいきますが、そこまで行くと横目でサワラを見ながらも、方向転換してスグスグと引き返してしまいます。

まだ仕切り板（障害）があると思っているからです。

バラクーダに、もう一回のチャレンジ精神があれば、好物のサワラを手に入れることが出来たのですが…

ビジネスの場においてもこのようなことがしばしばおこります。

沢山の人が、それぞれのビジネスシーンにチャレンジをします。

しかし、難しい問題や障害があるとすぐにあきらめたり、違う道を探がしたり、チャレンジすら止めてしまったりします。

それは自分で自分の限界を決めてしまっているからです。

人生でもビジネスの場においても壁にぶつかることはだれしも経験することです。

しかし、壁を乗り越えようとするをやめることこそが、人間の成長と進歩を阻みます。

自分で勝手に限界を作り出し、諦めることは非常に簡単です。

しかし、人生、ビジネスというものはそんなことでは全く前に進みません。

皆さんも、もう一回、もう一回のチャレンジ精神で自分の目標に向かって諦めず日々邁進していきましょう。

とはいえ、何度も何度も痛い思いをしていたら、もう一回のチャレンジに踏み出せないこともあるかもしれません。

さて、この実験には続きがあります。

このかわいそうなバラクーダたちにえさを食べさせる方法があるのです。

別のバラクーダを一匹水槽に入れるという方法です。たったそれだけのことです。

何も知らない新入りバラクーダが喜んでエサを食べている様子を見て、あきらめていたバラクーダたちもえさを食べ始めるそうです。

万一、皆さんが、“あきらめバラクーダ” になっていると感じた時、周りを見回してみてください。

壁など感じずに平気で美味しくサワラをたくさん食べている、元気なバラクーダはいませんか？

同じ条件下でも、「自分で作ってしまった壁」に阻まれているなんて馬鹿馬鹿しいと思えてくるはずです。

もう一回、諦めずに勇気を出して、成功にむけてチャレンジすることができるはずです。