

TOP STORY

新・啓文社の実現を目指して “カオス新聞”始めます

【カオス chaos】
天地創造以前の世界の状態。混沌（こんとん）。ギリシャ神話に登場する原初神。世界の始まりにあって存在した原初の神。世界が始まる時、事物が存在を確保できる場所が必要であり、何もない「場」として最初にカオスが存在した。そこに、大地（ガイア）や地下の奥底（タルタロス）、そして美しき原愛（エロース）が生まれた。
(Wikipediaより一部抜粋・編集)

人も組織も、変わり続けなければ生き残ることはできません。
変化を説明するときに例えとしてよく用いられるのが、氷です。かたちを変えようとして氷をいきなり砕くのは、変化ではなく破壊です。変えようと思ったら、まず溶かす。次に、リフォーム（Re-再び・form-形づくる）。それから、固めます。この3つの段階のうち、フラット化した啓文社は今「溶かした」

状態、すなわち第1段階にあると言えます。
こうしたたいせつな時期にあたって、しあわせの意見箱会議では、情報共有や意識改革を目的とし、社内新聞『カオス新聞』を発行することにしました。役職やピラミッド型の組織図をなくし、フラットになった状態はまさにカオス。このカオス新聞のコンセプトは「カオスをおもしろがる」ことです。変化を前向きにとらえ、自分たちの力で未来を切り開い



映画『ブレードランナー2049』より

ていく。この新聞がそのような風土づくりに一役買うことを願いながら、毎月発行していきます。
気づきましたか？ 創刊号なのに、紙面左上には「第11号」。これは、溶けた啓文社が何らかのかたちを見だし、新たに固まってゆくとき、この新聞としあわせの意見箱会議は役目を果たし溶けてなくなるからです。変化した新・啓文社が出現するまでのカウントダウンを一緒に楽しみましょう。



What does our new president see, read and think?

啓文社の皆さん、いつも大変お世話になります。皆さんのおかげで啓文社はここまで生き残ることができています。今後ともお客様と共に成長し続けるために精一杯の努力を積み重ねていきましょう。
今回から新たな社内新聞として、「カオス新聞」が発行されました。その中の一部のコーナーを私が担当させていただくことになりました。このコーナーで私から皆さんに伝えたいことは私が勉強になったことや、刺激を受けた事等です。そういったことを発信することで「学ぶ」楽しさを少しでも皆さんに理解していただけたら嬉しく思います。
さて、記念すべき第一回目。「プレゼンテーション能力（伝える力）」をテーマにしたいと思います。皆さんは自分の伝える力に自信を持っていますでしょうか？
まず、ある事実を理解してください。その事実というのは、「人は他人の話を80%聞いていないという事です。」例えば全体朝礼で誰かがプレゼンしている最中に、（今日の晩御飯なんだろうなあ・・・今日の仕事の予定は〇〇だから〇〇時に終わるかなあ・・・）などとプレゼン内容と全然違う事を考えたことがある方はいらっしゃいますか？ おそらくほとんどの方が該当するでしょう。それに加え、プレゼンター（話し手）側は、「自分の話はみんな聞いてくれている。」と思っているのです。
それらを踏まえたうえで大事になることは、いかに相手に印象を与えるか。その方法として3つお伝えしていきます。
①伝える＝聞き手を動かす事
誰に、何を、どうしてもらいたいのかを明確にすること。
例）「社長、今日中にこの書類を読んでおいてください。明日感想を聞きます。」
②校長先生のようにならない事
話は短く、簡潔に述べる。（極力必要最低限の情報）
例）自分が頑張った事や調べた事を全部言ってしまうと聞き手はほんとに伝えたいことが分からなくなってしまう。
③3段ピラミットで話す（結論・根拠・具体例）
結論と根拠を使って論理的に説明し、具体例で相手により鮮明なイメージを植え付ける。まさにこの3段ピラミットでこの文を作成したつもりです。
ちなみに私は皆さんの前でプレゼンするのが大好きです。もっと私も伝える力を磨いて皆さんの為になる情報をどんどん伝えていきます。

今月のPICK UP!

1分で
話せ
30秒
で
伝える

『1分で話せ 世界のトップが絶賛した
大事なことだけシンプルに伝える技術』
伊藤 羊一著（SBクリエイティブ、2018年）

／フラット化を根づかせるための新たなしくみ／

Case study 問題ホウチ社と問題カイケツ社の明暗

つなげるシート



2月19日（水）の全体報告会をもって、みなさんが日頃感じている問題を吸い上げ、業務改善や職場環境改善に活かすためのしくみ「つなげるシート」を新たに開始しました。

ポイントは「自由!」。問題発見の時点で書いて出してもOK、解決の計画まで立てて出してもOK、コストがかからない場合は解決まで済んでから出してもOKです。書き方や使い方に疑問や要望などある場合は、しあわせメンバーまで遠慮なくお知らせください。

しかし、始まったものの、シートを書くのはめんどろ…、忙しくて身内の問題どころじゃないよ…とってしまう気持ち、よ〜くわかります! では社内の問題解決はなぜだいじなのか? どこかの国のどこかの会社をのぞき見しながら、考えてみたいと思います。

問題ホウチ社 Aさんの談話

問題? あー、いっぱいあるでしょうなあ。それぞれどんな問題を抱えてるかは知りませんけど。でも、黙ってガマンしてやっていくのが大人ってmondesho? いちいち声を上げてたら、うまくいくものもいきませんよ。まったく会社のためにも自分のためにもなりません。もらった仕事を精一杯。言われたとおりにやって帰って飯食って寝る。それが働くってmondesho。みんなそうして生きてんの。あんたもそうでしょう? あっ、得意先から電話…。
「はい! ホウチ社です…え? 来月からカイケツ社に注文する? でもうちはいつも言われたとおりに…」

問題カイケツ社 Bさんの談話

問題? もちろんいっぱいあります。困っていることがあったら、みんな声を上げて知らせてくれます。簡単なことではありませんが、みんなで問題にひとつひとつ向き合い、自分たちの力で地道に解決していくんです。みんな、自分で手をかけて働きやすくした職場で生き生きと働いています。自然に、良い商品も生まれます。自分や仲間を喜ばせることも、お客様を喜ばせることも、根本は同じですからね。あなたもここにいて、なんだか心地いいでしょう? あっ、電話…。
「はい! カイケツ社です…来月からうちに? ありがとうございます! 早速こちらから提案させていただきますね!」

よりよい会社を
みんなで作るために

商品カルテ 使用状況報告および実例紹介

今月の営業スローガン

村木さん：粗利の高いページもの獲得に努めます!

相良さん：年度末及び年度初物件、早めのアプローチで受注

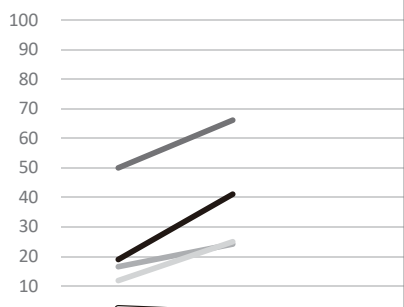
川原さん：カルテを全て埋めれるように使いこなしたい!

優勝：相良さん

具体的な内容で、営業をしたことがない人にも、その仕事ぶりや今現在のがんばりが伝わってきて、刺激になるものでした。

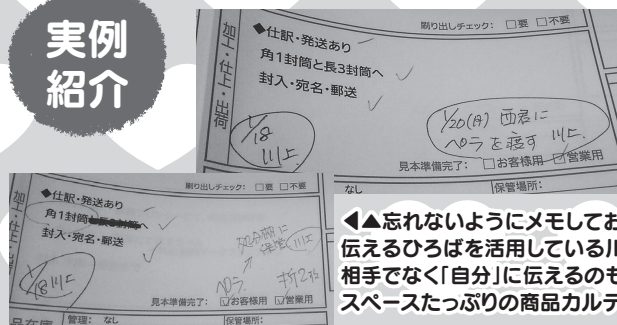
ひろば使用率および実例

使用率
(%)

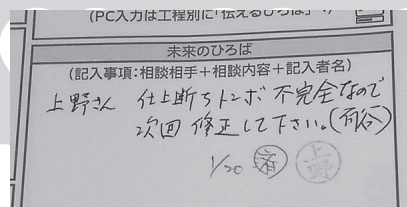


順調に上がってきており、コミュニケーションが促進されていることがわかります。ただし、唯一下がっているのが「未来のひろば」。使い方に戸惑っている人が多いのではないかと考えています。会議で検討し、必要であれば改良します。

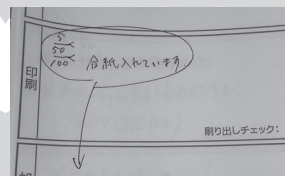
実例紹介



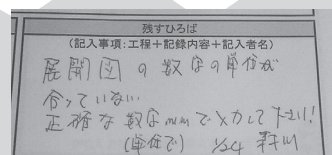
▲見るからに活発!



▲未来のひろば使用は、今回回収分ではこの一例のみでした。



▲この図の書き方、わかりやすい! (どなたの記入でしょうか?)



▲このようなときは未来のひろばを使ってほしいと考えています。残すひろばは次回とそれ以降の作業のためにずっと残しておくこと。未来のひろばは今後のために相談・伝達したいこと。…確かに、区別が難しいですね

連載

商品カルテから生まれる幸せ。

妄想の旅人：川原 直子

商品カルテやそこに書かれている情報をきっかけに広がる(かもしれない)世界について妄想します。

ある時、商品カルテの顧客情報に紹介されていた【ギャランドゥ】という美容室にふら〜っと行ってみた。なぜならば、顧客情報欄には「美容室・イケメンと普通の兄ちゃんとかわいい女の子スタッフが働いている美容室。腕は一流で誰でもイカした髪型になれると自分の中で話題のお店」と書かれていたからだ。

イケメンに妄想しながら震える手で予約をし、お店に着いた。席に座って待っている間に私のイケメンが目についた!! 「かわはらさま〜」と呼ばれ席に着いて、イケメンを待っていると、普通の兄ちゃんが担当として話しかけてきた。

「本日はいかがなさいますか?」「え〜と、石原さとみにしてください。」戸惑う私に普通の兄ちゃんは、「すごく似合うと思いますよ!!」と、真顔で答えたのだ。ちょっぴりうれしくなった私は、イケメンの事は忘れ、普通の兄ちゃんと楽しくおしゃべりしながら、石原さとみ風な感じになったことを実感していた。

石原さとみになった私は、遠くにいるイケメンにとっておきの笑顔をふりまき、ルンルンで家路についた。

また、顧客情報を熟読しどこかのお店にいつてみようかな。

※ギャランドゥは妄想上の美容室であり、実在しません。残念!

おわり