

ビジネス書 (?)

タテヨコナナメ読み



今回の書籍

『ヤバい現場に取材に』
著者：石原行雄
出版：彩図社
価格：¥712 (税込)

営業
池田 泰也

話題の書籍を伊勢出版の社員がそれぞれの視点でレビュー！

営業：池田 泰也のレビュー

最近本を読む機会がめっきりと減ってしまいました。読みたいと思えるものがなくなってしまったというもありますし、本よりもネット上にとっ散らっている駄文の方が面白いというケースも稀にあるので尚のことです。

そういうことで何か「ヤバい」ものはないかと探してみると早速ありました、ヤバい本、その名も「ヤバい現場に取材に」／著者・石原行雄

この手のタイトルの読み物は、まず間違いなく引くほどヤバいに決まっています。そんな確信にも似た期待感と、ただ「ヤバい」というタイトルに惹かれるという、早速購入して、いざ読み始めてみると著者のユーモラスな語り口に反して、実際に綴られていたのは「予想は裏切り期待は裏切らない」というほどのディープな現場のオンパレードでした。戦時下のイラク、アジアの危険地帯、抗議集会、ヨットスクール、北朝鮮とどれもこれもコアな世界ですが、違法な現場、立ち入り

禁止区域、不可解な現場とノンジャンルでバラエティーに富んでいるのでつい釘付けになってしまいます。何よりも著者独自の嗅覚のみを頼りに現場から現場を渡り歩き、極限まで掘り下げていく気概がとにかく物凄いです。世界はヤバい。東京はヤバい。知らない方が幸せだった。そんな短い言葉や感想しか出てこない「ヤバい」の結晶・集大成的な1冊でした。

特に印象に残っている話が2章あります。まず、本書は全17章で著者の石原行雄さんはプロのライターとしてペン1本だけで日本のみならず、チベット、ミャンマー、アフガニスタンなど世界40ヶ国以上を日々飛び回っています。そんな石原さんですが、実はテレビ出演の経験があります。サバイバーという番組をご存じでしょうか。石原さんが参加したのは無人島で極限状態に追い込まれた男女16人が参加し、最終的に残った1人が賞金の一千万円を獲得することができるという2002年から数年間地上波でオン

エアされたこのサバイバーという番組です。フィリピンのシキホール島に取り残された石原さん達の食事は1日に一食が二食。しかも、小麦粉の団子を海水で煮ただけのスイトンもどきが茶碗に一杯だけ。当然それだけでは耐えることができません。ある日、石原さん以外の1人が豚を捕獲します。そして豚を調理するために解体するわけですがこの時の描写ひとつひとつが非常に生々しく、読んでいるだけで激しい吐き気に見舞われました。一連の工程の中で心臓や腸を豚の体内から引っ張り出す光景は実際に経験したものにはしか分からない気色悪さがあるかもしれませんが、無人島で生き抜いていくためにはやむを得なかったはずです。

本書は冒頭からイラクの爆弾テロ現場の凄惨なエピソードで幕を開けますが、他にも生々しい話のオンパレードです。今まで知らなかった刺激的な世界を覗いてみたいという方にはオスメの1冊です。



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

ショルダー、タイトル、本文、それぞれの役割を考へて。変な装飾は使わないこと。

Point2 タイトルは 1 行 14 文字ぐらいまで

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行に入りきらないときには、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ク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・ウェ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、ぜひ参考にして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

新人登場
ズッキーニくん

VOL. 68 2021

株式会社伊勢出版

この情報紙は伊勢出版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。どうぞ皆様でご回覧ください。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:(059)225-8212(代) Fax:(059)225-9431 www.iseshuppan.co.jp



料金後納

ゆうメール



＼ コマダグループのモバイルマスター(?)に聞く ／

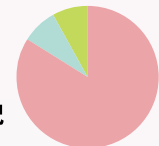
新料金プラン & 上手な選び方

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)

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)

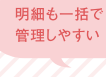
ほとんどの人は現在契約している会社の「ahamo」「povo」などを検討中。

＝ 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(横山英幸)

★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円ぐらい安くなるかな?(杉原信一)



明細も一括で管理しやすい

＝ 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を超えたら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円ぐ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)

3GBを超えること殆ど無いです



＝ 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ぐらいに。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)

複雑な手続きは苦手なんです



＝ 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)

スペシャル
おまけ

メモやインデックスに！「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？

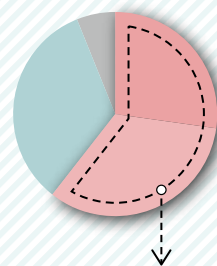
Question

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

ポイント貯めて
お支払い！

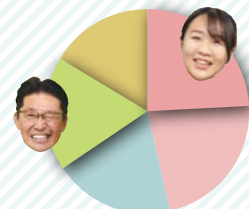
全世代の利用比率



- 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」ことを挙げる人が目立ちました。また「自動で使用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」「キャッシュレスだとなんか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。



多くの人が使うものだから、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/>

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。



▲公式YouTubeチャンネル



Information

News

伊勢出版、エイコープリントが新たなパートナーに仲間入り
はじめまして!『サラダ劇団』です。

今回からお届けする『サラダ劇団』は、弊社のスタッフとお客さまとをつなぐコミュニケーションペーパー。もともとは名古屋の駒田印刷株式会社が2006年から発行していたもので、弊社と駒田印刷との業務提携がスタートしたことから、弊社や駒田印刷関連企業も発行元に加わり新たな一歩を踏み出しました。この春からは関東、名古屋、三重県を中心としたエリアのおよそ1,500人のお客さまにお届けすることになりました。

『サラダ劇団』という風変わったネーミングには、いろんな栄養が集まって健康にいい「サラダ」のごとお客さまの経営の元気のもとになるように、そして個性あるメンバーがそれぞれの役割を果たす「劇団」のごとお客さまを楽しませるようにという願いが込められています。毎回、その時期に合わせた巷の話題に加えて、印刷や広告に関する豆知識などをスタッフから発信いたします。また、ささやかながら趣向を凝らした「ふろく」が付くのも本紙の特徴。次回もどうぞお楽しみに！

