

「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.8

DEC H I N E W S • A u t u m n • ~2013年NEW YEAR~

発行人：松井信博
株式会社ダイキチ ダストコントロール事業部
大阪市中央区島之内 1-13-28 ユラヌス 21 ビル
TEL：0120-208-005



2013年 三都初詣ランキング

*(2012年度参考) MAPPLE 観光ガイド調べ

1位 「伏見稲荷大社」 参拝者数：約 270 万人

JR 奈良線稲荷駅からすぐ、または京阪伏見稲荷駅から徒歩 5 分
住所：京都府京都市伏見区深草藪之内町 68
朱塗りの楼門は、1589 (天正 17) 年に豊臣秀吉が寄進したと伝えられている。重要文化財の本殿は 1499 (明応 8) 年に再興された檜皮葺きの建造物。

2位 「住吉大社」 参拝者数：約 255 万人

南海本線住吉大社駅から徒歩 3 分
住所：大阪府大阪市住吉区住吉 2-9-89
摂津国(せっつ)のくに)一の宮として古くから信仰され、禊祓(みそぎはらい)の神、海上安全の神として崇敬されてきた。御利益は、開運招福・商売繁昌・交通安全・厄除け・縁結び・安産。

3位 「生田神社」 参拝者数：約 151 万人

三ノ宮駅から徒歩 5 分
住所：兵庫県神戸市中央区下山手通 1-2-1
神戸の街の守り神として篤い信仰を集めている。その昔、清少納言や上田秋成も歌に詠んだという由緒正しい古社。天照皇大神の幼名とされる「稚日女尊」を祀っている。必勝祈願のご利益があるとされ、プロスポーツチームが参拝に訪れる。

ほんまでっか？

「ビジネスカラーを味方につける！」

現代のビジネスシーンでは、様々な自己演出は必要不可欠です。となれば、視覚情報に大きな影響を与えるカラーの力を利用しない手はありません。身につけている色は、あなたそのもの。上手に色を使いこなしてあなたの魅力を伝えて下さい。



■ビジネススーツの定番カラー

- * ネイビー
格式、優雅、知性を感じさせる賢者の色。ヨーロッパでは、「血が青い」とは高貴な生まれを指すのだとか。
- * グレイ
保守的なイメージと、白と黒という明暗対照的な色を含む大らかな色。つまり寛大な大人の余裕も感じさせます。ライトグレイは穏やか、ダークグレイなら品格を表現。

■Vゾーンカラー (ワイシャツ・ネクタイの組合せ)

- * 寒色系 (青、青緑)
特に青は日本人男性が最も好む色。男性の同僚、お客様の多いビジネスの方に。誠実な人柄をアピールできます。
- * 暖色系 (赤、ピンク、オレンジ、黄)
柔軟な思考性・コミュニケーション能力を表現できます。女性の多い職場ならば是非上手に使ってみてください。

color works オピニオン 樋口由美

今月のパーソン

「山中伸弥先生に、人生と ips 細胞について聞いてみた」

山中伸弥著 聞き手：緑 慎也 (講談社)

「V (vision/ 目的)、W(work hard / 一生懸命に働く)」

2012 年ノーベル生理学・医学賞を受賞した山中伸弥氏。彼は半生を振り返り、成功や挫折をする中で、幸・不幸は予測できないものと捉えています。そして、成功する秘訣は、「V(vision/ 目的)、W(work hard/ 一生懸命に働く)」人間として成功するにはどちらも欠けてもいけないものだと言っています。人生と仕事において何よりも継続していくことが難しい。彼は研究を続け、理論的に可能なことは実現するという信念のもと、ノーベル医学・生理学賞を受賞するに至った。この著書は彼の人柄はもちろん、人生観、また、IPS 細胞についてもわかりやすく簡単に解説している本だ。



CHECK! 「今さら聞けないクッションことばとは？」

よく耳にします、「クッションことば」はご存じですか？

クッション言葉とは、会話のなかでクッションの役割をはたす言葉のことをいいます。

Let's クッションことば！

クッション言葉が入ると、同じ内容でも相手にやわらかく伝えることができるため、ビジネスにおいてはよく使われています。例えば、用件を伝えるときにすぐに用件に入るよりもクッション言葉を使ってから用件に入る方が、より相手に配慮している気持ちが伝わります。人に言われて気持ちよかった、感じ良かった言葉をぜひ使ってみましょう。

●お願いするとき

- ・ 恐れ入りますが ...
- ・ 大変恐縮でございますが ...
- ・ お手数をおかけいたしますが ...
- ・ ご迷惑をおかけしますが ...
- ・ ご面倒でなければ ...
- ・ お時間がありましたら ...
- ・ ご都合がよろしければ ...

●尋ねるとき

- ・ お差し支えなければ ...
- ・ お尋ねしたいことがあるのですが ...
- ・ うかがいたいことがあるのですが ...



●反対意見を述べる時

- ・ お言葉を返すのですが ...
- ・ 確かにその通りでございますが ...
- ・ おっしゃることはわかりますが ...

●詫びる・断るとき

- ・ 申し訳ございませんが ...
- ・ 大変残念でございますが ...
- ・ せっかくでございますが ...
- ・ 失礼とは存じますが ...
- ・ 身に余るお言葉ですが ...
- ・ お忙しいところ申し訳ありませんが ...
- ・ お手数をおかけし申し訳ございませんが ...
- ・ お役に立てずに申し訳ございませんが ...

— 人の上に立つ人の行動哲学 —

「江戸しぐさ」に学ぶ人付き合いの極意 ～お互いが気持ちよくなる思いやり～

毎年、お正月を迎えると気持ちを新たにすると同時に日本の素晴らしさを感じます。

ますます進むグローバル化…「江戸しぐさ」の考え方は日本が誇る、グローバル・スタンダードとして、世界に通用する日本人の心がたくさん詰まっています。

◆ノブレスオブリージュ (noblesse oblige)

上に立つ者の哲学と行動を示すもの。

地位や階級の高い人々は勇気、博愛などの精神や徳をもって一般人に対して実践しなければならない。

※自然に年長者たちが見本を示し、町づくり・商売から教育・子育てを実践していました。

今月の「思いやりの心」【時泥棒】は十両の罪

～自分の都合で相手の時間を奪わない～

突然断りもなく押しかけて相手の時間を奪う行為を「時泥棒」お金は借りても後で返せませんが、時間は返すことができません。昔の商人は、訪問時あらかじめ手紙か使いを出して、相手の都合を確認。現代なら、電話をかけたとき「今宜しいですか？」の一言をそえたいですね。

情報提供：マイクロワークス株式会社

-ビジネスカレッジ五感-GoCan- 下家 千明 Chiaki Shimoie

<http://www.microworks.co.jp/gocan/index.html>

社会保険料が削減できる？！

～就業規則の改正は 完了していますか？！～



従業員を1人でも雇用していれば、そこには社内ルールが必要です。いわゆる就業規則は、社員としての責任と義務の明確化だけでなく、社内紛争の未然防止や助成金の申請など、人事・雇用の様々な場面で大変重要な多くの役割を担っています。しかし労働基準法では、社員（アルバイト・パートタイマーを含む）が10人未満の事業所では就業規則の行政への届出義務はありません。

では、その会社には社内ルールは存在しないのでしょうか？ そんなわけがありません。欠勤を繰り返す問題社員への対応、経営者にも責任が生じるセクハラ問題、アルバイト等の育児・介護休業問題など、もし適切に作成された就業規則が無ければ労働関係法令がすべてそのまま適用されてしまうため、一方的に経営者に責任が課せられ、企業防衛上、危険なケースが発生する恐れがあります。また就業規則は一度作成したら終わりではありません。労働関係法令の多くが毎年改正されているため、自社の就業規則も常に対応した状態に改正する義務もあります。（罰則・罰金も定められていますのでくれぐれもご注意ください！）

ぜひこの機会に、御社の就業規則の全面的な見直しを検討してみてはいかがでしょうか？

情報提供：社会保険料削減コンサルタント

社会保険労務士 藤井淳夫

<http://www.ilovepc.jp>

「AIDACの理論」

はじめに、セールスは心理戦といわれます。売る側には売る側の心理で動き、買う側には買う側の心理があります。両者の心の状態がかみ合うところに商談が進行し成立する、かみ合いを無視してセールスは成り立たない世界です。人が物を購入する過程を、深層心理にそって解説したのが、AIDAC理論です。

AIDAC理論とは、「5段階の購買心理」の頭文字からできています。それでは、購買心理に対してセールスステップの勉強をしましょう。アイダックとセールスステップの流れの図を見て下さい。

第一段階は、Attention アテンション（注意）

物を買う前に会社やセールスパersonに注意を払ってもら必要があります。元気よく大きな声で挨拶することで、お客様の注意をひきつけます。図では、第一印象は、6秒で決まります、しかも視覚が占める割合は87%です。

第二段階は、Interest インタレスト（興味）

次に商品を売る前に自分や会社に興味を持っていたかなければなりません。名刺交換、自己紹介シートや会社紹介で、お客様の心を掴み、商品の良さや、お客様の現状や問題点の把握。事前インタビューで、お客様にのどが渇いた状態になっていただき、私たちの商品に興味を持っていただく必要があります。

第三段階は、Desire デザイアー（欲望）

商品の効用、効果をアピールし、興味を持っただけそうな内容を中心にプレゼンテーションし、お客様の、買いたい、欲しい、使ってみたい欲望をさらに加熱させてください。

第四段階は、Action アクション（行動）

さあここまでくると、具体的な動きや、しぐさが表れる（行動に変わります）すかさず、セールスパersonは、テストクロージングをかけてください。お客様の背中をそっと押してあげましょう。行動の手助けをすることです。最終段階では、喋り過ぎず黙ることが効果的です。

第五段階は、Congratulation コングラチュレーション（祝福）

商品購入という行動をしたお客様は、満足感と相反して少し不安もあり、この決断を肯定されたい心理があります。そこで「よいものをお決めになりましたね」と祝福してさしあげ、さらに、サンキュウレター等で、フォローアップすることで、クレームの事前防止、次の紹介へとつなげましょう。

まとめ

キーマンは正しいですか？

大事な事は「AIDAC」の流れです。

今は、どのステップかを意識しながら言葉は熱意をもって、頭の中は冷静に商談をすすめましょう。