


## SEISHIN APPLICATION *CLICK*

### —— 適応と前進 ——

index 2024年のテーマは「タイムマネジメント」

P2【風の時代のタイムマネジメント～2024年の年間テーマタイムマネジメントについて～】

CLICK編集室

P4【90歳のライフマネジメント ～わたしの時間管理術～】

クリック編集室 主幹 福田七衛

P7【印刷営業の現場で学んだタイムマネジメント①～受注促進のフォーマットに教えられたこと～】

ファイルティーチャー 代表 世古真一

P10【お客様のタイムマネジメントと仕事の生きがい】

沖縄県 大田シール印刷 代表 大田俊治

P12【福田会長の軌跡「聞く力」「話す力」】

### 今年度のテーマ

景気という風を見つけ、その風に乗りながら目標を達成することが生き方の常道だと思っていたところ、コロナ禍により風がピタッと止んでしまった風の時代に昨年頃から突入してしまったようです。

2024年はインフレになるのか？また、デフレが続くのか？そろそろ、風向きが見つかる頃だと思っていたのですが、まだまだ見つかりそうにありません。

ならば、少しの潮の流れやわずかな風向きを見つけながら自力航行するしかない時代になってしまったと想定して、自分自身の時間管理から一人一人の行動のあり方を考え直す年にしよう、と、クリック発行から49年目である2024年の編集テーマを「タイムマネジメント」としました。

今号から記事を進めていく予定です。ぜひご期待ください。

CLICK編集室

## 誠伸商事株式会社

TOKYO 03-5751-3011  
SIZUOKA 054-340-1191  
TOUHOKU 022-204-0389  
KITAKANTOU 028-684-1981  
NIIGATA 025-286-9040

# 風時代のタイムマネジメント

## ～2024年の年間テーマ タイムマネジメントについて～

CLICK 編集室

2023 年秋、コロナ禍の後の時代はどんな時代になるのか？ということをクリックとして発信したい、そのことについて話し合いたいと福田主幹から編集部に依頼がありました。2024 年の年間のテーマは、「タイムマネジメント」と既に決まっていたが、なぜ、タイムマネジメントが必要なのか？時代の流れの変化を捉えて、その根拠を提示したいということでした。

### □時代を予測する

2024 年は 1926 年に始まった昭和元年から数えると 99 年目になります。昭和 100 年となる 2025 年は、団塊世代（1947～1949 年生まれ）が 75 歳以上の後期高齢者となることで起こる、社会保険費の負担増や働き手不足となり、女性や高齢者の労働参加が進んでも働き手は減少するとみられ、1 人あたりの社会保障負担はますます重くなる 2025 年問題が始まるとされています。そのような中、クリック編集部では令和元年（2019 年）の後半から予測の難しい時代を踏まえて、毎年のテーマを決めて編集方針を定めてから執筆者の皆様にご原稿をお願いするというスタイルになっていきました。

2020 年のテーマ「SDGs」では、持続可能な開発目標を印刷産業の経営の問題解決の一つに取り入れるために、クリックのテーマとして考察していこうということになりました。持続可能な開発

目標を参考にしつつ、組織を構成する一人ひとりが、自身の目標を開発することが大事ではないか？という結論に至り、SDGs（持続可能な開発目標）と SGsD（持続可能な目標開発）のハイブリッドを目指す事が必要なのではないかという提言が生まれました。

2021 年のテーマ「ウィズコロナ」では、コロナ禍による先の見えない悲しみや苦しみがクローズアップされているが、コロナと共存する生き方を考えた方がいいのではないか？という提言になりました。

2022 年のテーマ「アフターコロナ」では、パンデミックの対策から人々が接触を避ける社会になったことで、孤立的になりコミュニケーション障害を起こすようになってきました。その社会的な問題解決を世代間格差にみつけようとして、Z 世代との関係を求める手法をメディアの選択という視点で考えてみようということになりました。

2023 年のテーマ「ファシリテーション」では、社会全体のコミュニケーション障害の解決策に、会議等を円滑に進めるためのファシリテーションの技術を拡大解釈して適用することはできないか？ということで、ファシリテーションをテーマにクリックの編集を進めてきました。

### □時代に吹く風

昭和の時代は、戦前、戦中、戦後の復興から、高度成長の右肩上がりの風が吹いていた時代で

す。平成になるとバブルが崩壊し、超低金利とデフレの時代に突入しました。令和になると、コロナ禍に見舞われ経済が停滞し、その先の予測が難しい時代を迎えています。右肩上がりの風に乗ろうと風向きを見つけいち早く乗ろうとしていた昭和、平成になるとコストカットにより、デフレの時代を乗り切ろうという風を見つけようとしていたのではないのでしょうか？そして、人口の減少の歯止めが効かないまま、令和の時代を迎え5年たち6年目を迎えても次の時代はどのような風が吹いてくるのか？を見つけるのが難しい時代を過ごしてきたように思います。

そこで、令和は『風の時代』になるのではないかと考えていくことにしました。風（なぎ）とは、海や湖などの水面が風の影響を受けず、静かで波立たない状態を指す言葉です。風が全く吹かない状態を表すため、物事が一時的に静まり返る様子を示す際にも用いられます。2023年はコロナ禍の制限が徐々に解除され、外国人観光客も見られるようになり、経済活動も少しずつ戻りつつありますが、コロナ融資の返済が始まりだすと、この間に根本的な問題の解決ができていなかった企業の倒産のニュースが増えてきました。



## □依存から自立連帯の時代へ

好景気の風が吹くのか、不景気の風が吹くのか、どちらの風が吹くのかと風頼みで待っていたところ、ピタッと風が止まってしまう、風のようになり、何をどうしたらいいのか手を下せないうちに、最悪の事態を招いてしまったという人たちが今後増えていくのではないかと予想されます。ということであれば、強い風が吹くのを待つのではなく、わずかな潮や流れ、微かな風向きを見つけてそれに乗るか、自分の手で漕ぎ出すか、エンジンを取り付けて自力航行する時代と捉えて解決策を探っていく方が良いのではないかと考えました。

風向きを伺うという最終目的は大勢の流れに依存するということです。令和の時代はどのような風に依存すればいいのか？前の時代と同じように風向きを伺っていたら風が吹きそうにないということになったようなものです。ということから考えると、自力航行できる自立した個人が互恵的につながることが求められるようになるでしょう。今までは常に何かに依存することばかりを考えていた時代から自立して考え、連帯していかなければ生きていけない時代になりそうです。そのことは、2024年から3年～5年は覚悟するべきではないかと考えます。

## □時間の管理と時間の設計

自立し自力航行しなければならないとなると、どのような能力や技術が必要になるか考えたところ、一人一人に与えられている時間という財産を設計しつつ行動を管理して、価値ある豊かな人生を創造できることではないかと思えます。そこで、2024年の1年間はタイムマネジメントをテーマに様々な考察をしていきたいと考えています。

# 90歳のライフマネジメント ～わたしの時間管理術～

CLICK編集室 主幹 福田七衛

昨年の11月24日に私は90歳になりました。沖縄をはじめ東北など全国各地の遠方のお客様への訪問を楽しみにしておるわけですが、年齢が年齢だけに最近では社員から心配の声が出ておりまして、今年は今までのように行くわけにはいかないかもかもしれません。しかしながら、全国のお客様にお会いすることは私の唯一の楽しみであるため、健康には充分気をつけて少しでも顔を出せればと考えておる所存でございます。

出かけていくお客様の先々で90歳という歳に驚かれ、「どうしてそんなに元気で活動できるのですか？」と聞かれます。いたって、普通の生活しかしていないという認識ではありますが、今年のクリックのテーマをタイムマネジメントとしましたので、私の時間と行動管理術に関して私が大事にしている考え方についての7項目を選んで筆を進めたいと存じます。

一つ目は、行動を起こす最初の段階で大局をつかむことです。即ち、行動を起こす前にその行動にかかる時間の全体像を俯瞰してから臨むようにしております。このことは、クリックのテーマを決めてから毎号の編集を始めることにも繋がります。全体を俯瞰してその中で見える大事なものを貫いているものを見つけて、串や芯や紐を常に意識しながら行動を起こすことでぶれることなくさまざまな仕事を進めることができるようになります。

二つ目は、人間関係を耕すようにしていることです。ビジネスにおいて初対面では硬い関係ですが、話をしていくうちにお互いを理解しあえる関係が理想となります。その時に相手と自分の共通要素を見つけるようにしております。即ち、お互いの共通要素、例えば出身校や出身地、共通の知人、趣味などを話題にして固い土をほぐし耕すようにして関係を深めていくようにしています。

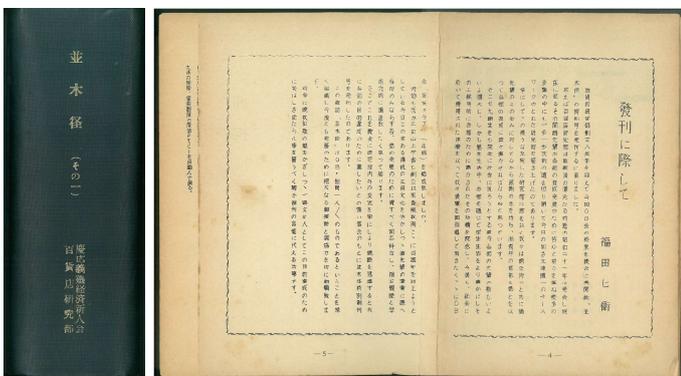
三つ目は、この人とこんなことをしたいとか、あんなことをしてみたいという思いが人間関係の中で沸々と湧いてきたら、その思いを苗として見立ててお互いの関係性の中に植えるようにしています。クリックの編集会議で議論している時に、このテーマだとしたら〇〇先生に執筆をお願いしてみたらどうだろうか？などというようにアイデアを苗のようにして植えています。

四つ目は、思いの苗を育てるため思いついたことを言葉にして、紙に書くようにしています。即ち、思ったことは全てすぐに行動に起こせるわけではありません。そのような時には、まずは言葉にして紙に書いて残すのです。編集会議の時に思いついたらすぐに携帯電話を取り出して、思いついたその人に電話をする。そこで、「これ、これ、こんなことを考えていますが、その時はよろしく！」と話をしてしまいます。言葉を発してまずは相手に伝えます。電話が繋がらない時は、紙を取り出してメモを取り、朝早く会社に来ては手紙を書

いています。

五つ目は、タイミングを見つけて紙に書いたことを行動に移します。そして、その行動を枯らさないように継続して根を張れるところまでやってみます。即ち、一つの事で根を張って互いに成長することを考えるようにしています。お客様のために情報誌をお届けしようと思いついたクリックという苗は今年49年目を迎え、お客様に育てられ葉を出し、根を張り大きく成長させて頂きました。この人と仕事をしよう決めたら、通い続けて根を張れる関係にします。時間とお金は限りがあります。限りあるものを有効に使うためには、人を見極めてその人を認めることができたなら、その人に集中して根を張るようなお付き合いをして、お金と時間を投資するようにしております。

六つ目は、行動した結果はすぐにわかるようにしておくようにしています。即ち、行動を起こした結果は必要な時に取り出せるように、ファイルして蓄ておくのです。私の仕事場には合本(がっぼん)と呼ばれるものが何種類もあります。合本とは定期的に発行している情報誌の過去の蓄積分を時系列で束ねて、製本したものです。古いものでは私が慶應義塾大学在学中に活動していた百貨



店研究会の会報「並木径」の合本です。

その他に誠伸商事の創業の頃から発行している季刊誌 Spirit もあります。合本を開いてみると当時を振り返ることができて、その時の自分が何を

誠伸商事(福田和也社長、本社・東京都大田区)は12月6日、毎月発行している情報誌『CLICK』の6冊目の合本を一般財団法人日本印刷図書館に寄贈した。2015年9月に創刊号以来の『CLICK』の合本5冊を寄贈した。とくに続くもので、長年にわたる印刷業界の動き、その時々の業界人や識者の見方・考え方を理解できる貴重な資料として閲覧できる。

**誠伸商事 印刷図書館に合本寄贈 月刊の情報誌、広く業界へ**

6日は午前11時から日本印刷会館3階にある印刷図書館内において寄贈式が行われ、

誠伸商事の福田七衛会長(85)が『CLICK』の発行にかける思い、忘れられないエピソードを語り、

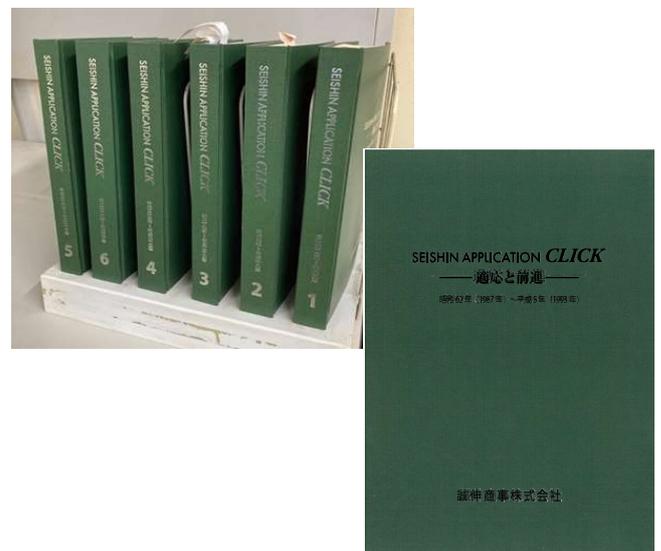
誠伸商事は、創業から5年後の1975年に『SEISHIN NEWS』第1号を発刊した。その後『SEISHIN APPLICATION CLICK』の名称となる(毎月3千部、A4判・12頁前後の発行を)

司書の紫垣さんに合本を手渡す福田会長(右) 続け、広く印刷業に携わる人たちに役に立つ情報源となっている。 毎号の巻頭コラムはソトドなどを語った後、日本印刷産業連合会の宮本高安総務部長の立会いのもと、印刷図書館の紫垣優司書に福田会長から今年7月号までを収めた最新の合本が手渡された。

誠伸商事は、創業から5年後の1975年に『SEISHIN NEWS』第1号を発刊した。その後『SEISHIN APPLICATION CLICK』の名称となる(毎月3千部、A4判・12頁前後の発行を)

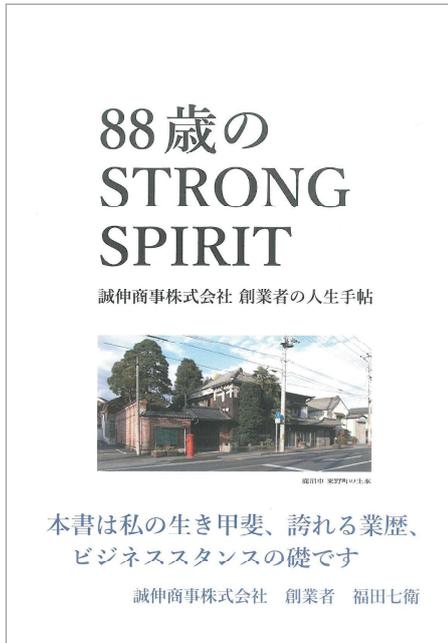
「一方からの見方だけでなく、公平にさまざまな数字や視点の提供を心がけている。ぜひ若い方たちにも仕事に役立てていただきたい」と話す。

2015年(平成27年)12月13日(木曜日) 報 新 報

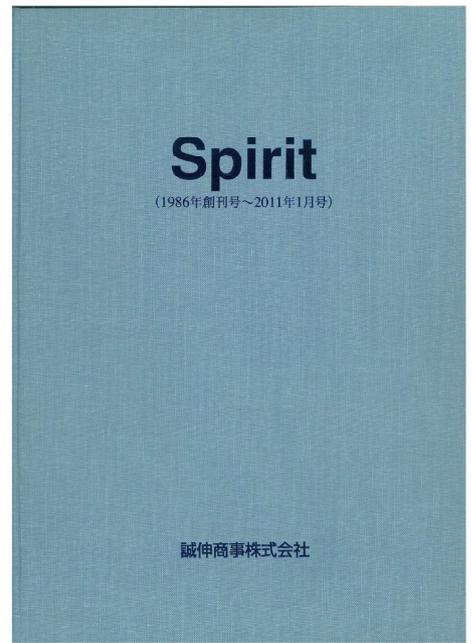


考えて行動していたのかということが鮮明に思い出されます。本誌クリックの合本もあります。誠伸商事の営業マンが、お客様との面談時の話題作りにと、新聞のクリッピングをお得意様に渡せるようにしたところから始まり、その時々々の時流にあった専門家に寄稿していただき独自の目線でクリックな

りの時代の捉え方の情報を発信してきました。クリックの合本は印刷図書館にも所蔵されています。



蓄積しておいた行動の記録から、未来を切り開きたい時に行動すべきことを考えながら、行動の要素を素早く選んで、行動を起こしていま



2021年から2022年には私の自伝「88歳のSTRONG SPIRIT」の編集制作をして出版いたしました。子供の頃から大事に保管していた写真や資料を時系列で蓄積していたので、必要な情報にアクセスしやすく子どもの頃からの私を考察することが容易にできました。

す。ミーティングの議論の最中にあることを思い出し、「確かあれは、何年頃の Spirit の中に載っているはずだ・・・」というように、過去の情報にアクセスしながら未来を組み立てる情報に活用しています。

七つ目は、行動を計画するときは過去の蓄積をもとにしながら行動を選ぶようにしております。即ち、誰かに頼る前に、自分で作ったファイルの中から考えて行動を選択するようにしております。

以上のように、私の時間管理術を七つにまとめてみました。これは、私の七衛という名前にちなみ、自分の時間を大切に衛する七つの教えと言えるかもしれません。



# 印刷営業の現場で学んだタイムマネジメント①

## ～受注促進のフォーマットに教えられたこと～

ファイルティーチャー 代表 世古真一

### □印刷の営業とタイムマネジメント

今から40年前の1984年に大学を卒業し入社したのが、印刷の仕事をメインとした、総合広告代理店でした。与えられた仕事は営業で、主に伊豆半島にある観光旅館のパンフレットなどの販促用印刷物の受注でした。その会社には独特の受注促進の方法がありました。受注促進表という見開きA3のフォーマットで、左端に得意先名と案件名を書き、その右側に進行スケジュールを計画します。よく使っていた記号は「P」でした。「P」とはプッシュのこと、「お客さんにプッシュしたか？」とよく確認されました。どのようなプッシュなのかというと、3ヶ月先の売り上げ見込みを立てるために、現在使用しているパンフなどの印刷物の在庫状況の確認や、新版を考えているか？いないか？をお客様との会話の中でさりげなく聞くことでした。また、困っていることはありませんか？という感じの会話の中から、問題を解決できるようなアイデアを考えてデザインをおこし、早めにプレゼンをしているかどうか？ということも確認されました。その確認を所長が営業マンを集めて毎朝するのです。進行ミーティングと呼ばれるものでしたが、先々のことを考えて手を打ちながら、営業活動をしている時には所長からの追及に堂々と答えることができ、特に困ることはありませんでしたが、サボって先々のことに手を打った行動をしていない時は、言い訳ばかり考えてミーティ

ングの時間が針のむしろ状態だったことが懐かしい思い出であり、私にタイムマネジメントの大切さを教えてくれた大きな出来事でした。

### □目的は問題の解決

問題とは何か？ということ考えた時に、その定義は理想と現実のギャップと捉えます。しかし、解決を目的とする場合そのギャップに気がつくタイミングが重要になってきます。今月の売上目標に100万円足りないことを月末に気がついたとしたら手の打ち用がありません。特に受注生産の印刷営業に関しては受注から納品までにある程度の時間を必要としますので、常に3ヶ月先までの進行状況を日々チェックすることは目標達成するために大切なことだったのです。目標の期限間近に問題に気がついても手の打ち方は狭められてしまいます。しかし、遠い先の理想と現実のギャップに早く気がつけば、現在の行動の中に目標達成を押し下げている行動の選択に気がついて、目標達成のために現在の行動を押し上げる方向を選択することが可能になります。

### □行動の選択をチェックするための日報と週間行動予定表

受注促進表の他に日報と週間行動予定表の提出も求められました。日報はB5サイズ用の紙に時間と訪問先の名前、その隣に何をしたのか？を毎

日記録したものを提出しなければなりませんでした。所長は進行ミーティングでのチェックの他に、日報をチェックしながら受注促進表に予定している動きをチェックして、部下の管理をしていました。そして、週末には週間行動予定表の提出をしなければなりませんでした。週間行動予定表は、日報と同じB5サイズの用紙で、上半分に番号のついたスペースに箇条書きに今週やるべきことを書きます。集金、文字校正、色校正、新規訪問、回収プッシュ、撮影・・・などなど来週中にやるべきことを書き出して、下半分に月曜日から金曜日までのスケジュールになっている、箇条書きに書いた行動予定の番号をスケジュール表に落とし込んで、いつ何をする予定なのか、一目瞭然にした上で提出しました。上司は受注促進表で3ヶ月先までの売上目標の確認をしつつ、その目標を行動レベルで週間ではどこまで落とし込んでいるのか？そして、週間行動予定表で計画したことを、日報で実行しているのか？をチェックするシステムになっていました。

### □時間を俯瞰して大局をつかむこと

3ヶ月先までの受注促進表、今週の行動を計画する週間行動予定表、そして、日報は3ヶ月、1週間、1日を俯瞰してそれぞれの大局、つまり物事の全体の流れを読みながら現在位置を確認することができます。このことは、本誌4ページの福田七衛主幹の90歳のライフマネジメント～私の時間管理術～の一つ目である「行動を起こす最初の段階で大局をつかむことです。即ち、行動を起こす前にその行動にかかる時間の全体像を俯瞰してから臨むようにしております。

このことは、クリックのテーマを決めてから毎号の編集を始めることにも繋がります。全体を俯瞰してその中で見える大事なものを貫いているものを見つけて、串や芯や紐を常に意識しながら行動を起こすことでぶれることなくさまざまな仕事を進めることができるようになります」という内容と共通します。問題を解決するには、目先ばかりを見ているのではなく、俯瞰して全体を眺められる高さを変えることで、見えることをたくさん確認しておくことです。例えば、高層ビルの最上階から眺めるときに見えるものは、遠くの山々や、ビル群です。下を眺めると人の姿は蟻が動いているようにしか見えなくて、顔の違いなどは分かりません。中層階になると遠くの景色の山などはビルに隠れてしまい、近くのビルの形や名前などの違いもわかるようになります。人の姿は顔までは判別できませんが、着ている服の違いなどはわかるようになります。低層階から眺める景色は遠くの山々やビル群などは見えません。まわりの建物はビルの名前まではっきりわかるようになります。人は顔の違いまで判別するくらいに見えるようになります。

### □行動計画に俯瞰高度の違いを取り入れる

高層階、中層階、低層階と高層ビルの高さの違いで見える景色のように、3ヶ月、1週間、1日と俯瞰できる時間の範囲を変えて、行ったり来たりしながら見えてくる問題の焦点を絞りながら、今、行動すべきことは何か？と考えることを考えなければ問題の解決は望めません。視野が狭いという指摘は、俯瞰高度を変えることができず一元的な視座だけで解決を図るようなものなので、見えない景色の問題は解決できません。解決できていないので、近くにその問題が迫っ

てきたときには大事故になってしまうのです。タイタニック号が冰山とぶつかる数キロ前に船の進路を少しだけ変更することができていれば問題は回避できたということです。行動計画に俯瞰高度の違いを取り入れると、解決できなかったことも解決できるようになります。印刷営業で行動計画を立てていたときには、俯瞰高度という概念はありませんでしたが、受注促進表、週間行動予定表、日報という期間の違う範囲を俯瞰しながら計画する習慣を知らず知らずのうちに身につけていただきました。この管理手法はデジタルデータによる管理だけ完結しようとするのではなく、連続したアナログ思考の管理（紙に書いて考える方法）とのハイブリッドな管理をした方がいいような気がします。

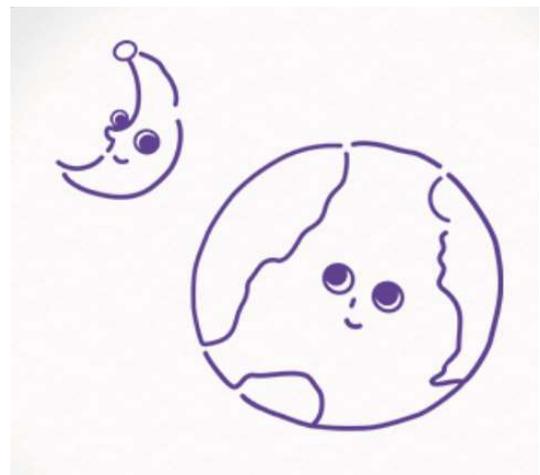
### □30億の売り上げが100億に

私は先述したように、時間を俯瞰して行動計画を立てる方法を教わった印刷会社に1984年から1990年まで在職していましたが、当時は好景気でバブル経済絶頂の頃でした。その間、全社の売り上げは30億から100億まで成長したことを覚えています。私が退職した直後にバブルが弾けてしまい、それ以上の売り上げは達成できなかったようですが、好景気に依存することなく社員の行動管理を月間で3ヶ月先から、週間、毎日と管理する手法は上司からの命令ではなく、自分自身で目標を設定し、その目標を上司と共に共有し、期限別に時間管理をして、自主性を尊重した自立連帯型のマネジメント手法であったのではないかと思います。当時所長だった上司は支店長、本部長、副社長と出世の階段を登り、現在は70歳後半を迎える今もお会長職を勤

めています。先日久しぶりに再会した折に、「受注促進表、週間行動予定表、日報で管理していた手法は全社、全支店統一のシステムだったのですか？」と尋ねたところ、「あれは私だけのやり方だったな・・・」とのことでした。

### □バブル崩壊後を予測した上司の行動

その上司は80年代後半よりバブルの崩壊をいち早く予測していたかのように、観光旅館産業に売り上げの多くを依存していた構造から一般企業のクライアントを増やしていく方針に転換しようとしていました。バブル崩壊後の上司の活躍を身近で見ることができませんでしたが、その後、順当に出世した結果を見る限り、そのマネジメント手法は正しかったと思います。私は新入社員から6年半在籍した会社で学ばせていただきましたが、その手法は今でも仕事や人生に応用できています。常に数年、数ヶ月先の理想と現実をイメージしながら、現在の行動に潜んでいる理想である目標を押し下げる要素をくまなく見つけ、早いうちに対処していく姿勢は問題解決学の基本であり、その基本を学ばせていただいた印刷営業という仕事は人生を変えるタイムマネジメント手法であると確信しています。



# お客様のタイムマネジメントと仕事の生きがい

沖縄県 大田シール印刷 代表 大田俊治

仕事をさせていただいている地、沖縄の特徴だとは思いますが、お客様がおおらかなのです。

例えば、シールの在庫が尽きてから、「在庫がなくなったので、シールを印刷して欲しい!」と注文が来るのです。1万枚のシール注文数を、まず数日分対応できるシールの量をオンデマンド印刷で応急対応をします。時には土日返上して、間に合わせるということもしています。大変ではありますが、時間をやりくりして、急ぎ対応できた時に、お客様に感謝され喜ばれることが、私の生きがいになっています。

生きがいとはいえ毎度急ぎの仕事ばかりになってしまつては、困ってしまいます。そのためお客様とのコミュニケーションを深めて、ニーズを早めに把握してそれに応える取り組みをしています。

例えば、お客様との会話の中に「前に納品したシールの在庫がなくなる頃だと思いますが、印刷しておきましょうか?」というように、在庫の確認の話をはさむようにしています。すると、「ちょうどよかった!そろそろなくなるころなので、来週あたりでいいので納品できるように印刷しておいてください」というようになるのです。すると、工場の方でも急ぎの仕事ではなく通常の生産予定の中に

組み込むことができ、無理なく売り上げになります。

お客様からは、前述のような納期管理をして欲しいというニーズもありますし、小ロットに対応して欲しいというニーズ

もあります。その場合、産業用ラベルプリンターを活用しています。使い勝手が良く、従来のシールラベルはもとより、カッティングシートの製造で受注するなど、事業領域の拡大に貢献しています。名刺や封筒、マグネット印刷、カレンダー印刷なども受注できるようになり、下請けの仕事だけではなく、直接取引の件数の増加にもつながっています。

タイムマネジメントは行動管理と言われていますが、印刷会社の仕事はお客様とのコミュニケーションを通してお客様の行動ニーズを把握することだと考えます。そしてお客様が理想とする行動を組み立てることをサポートできる産業であり、これが印刷会社特有のタイムマネジメントであると考えています。この技術はPTAや地域ボランティア等にも役に立ちます。

私の地元、南風原町には、印刷工業団地及び、印刷屋、写植、製版と関連会社が多数あります。南風原町商工会の青年部として活躍し、地域の南風原町民の一人として、





# 福田会長の軌跡

## 「聞く力」「話す力」

株式会社フラジュテリー 代表取締役 橘田佳音利

### 【窓ぎわのトットちゃん】

昨年12月に映画「窓ぎわのトットちゃん」が封切りされたり、「続 窓ぎわのトットちゃん」が出版されたりしたこともあり、度々黒柳徹子さんの過去の豊富な経験などがテレビにて取り上げられていました。また、ご自身がインタビューをするのではなく、「される側」としていくつもの番組に出演されていました。

皆様もご存じであるかとは思いますが、彼女が司会を務める「徹子の部屋」という番組では、黒柳徹子さんのお部屋に見立てたスタジオに、数多くの著名人を招いてインタビューとしてお話を伺う、という番組です。なんともすごい長寿番組です。

同一司会者によるトーク番組の最多放送という理由で、ギネス世界記録を更新中だそうです。その数12,000回以上！とのこと、素晴らしい！

1953年2月1日、日本でテレビ放送が始まったその日、徹子さんは女優デビューをなさったそうです。そしてテレビ朝日調べ「2023年芸能人が選ぶ憧れる女性俳優」1位に選ばれたそうです。本当にすごい方です！

### 【シンクロ！】

その黒柳徹子さんの番組を見ていて、驚いたこと。

それは、昨年で「徹子の部屋」は48年

目なのだそうです。CLICKも昨年で48年目！ナント！一緒ではありませんか!!!

おまけに黒柳徹子さんと福田会長は同じ年生まれ。

黒柳徹子さんのユーチューブを見て驚くこと、何とも御年90歳で豪快な食べっぷり。そういえば我らが福田会長も良く召し上がります。（お酒を（笑））

何から何まで凄さがシンクロしています！  
なんだかワクワクしてきました！

福田会長はTVに出る人ではないので、一般に知られるところではありませんが、多くの方が驚いてしかるべきことを成し遂げています。

わたくしは福田会長が継続して発行しているこのCLICKの、編集・執筆・インタビュアー、その他諸々、制作に携われることを、改めて本当にうれしく思います。

### 【阿川佐和子さん】

昨年12月も押し迫ったころ、福田会長が、阿川佐和子さんの「聞く力」「話す力」という本を2冊購入していらっしやいました。今年度のテーマ「タイムマネジメント」を考えることで、マネジメントにはコミュニケーションが重要という観点からです。今年のテーマが「ファシリテーション」から派生して「マネジメント」「タイムマネジメント」となったわけですが、その中で、コミュニケーションは切っ

も切れない重要なポイントだからです。

2012年に出版された「聞く力」、2023年秋に初版の「話す力」は、阿川佐和子さんの軽妙な、そして飾らない語り口は読んでいて心地よく、本筋には関係ないところで笑わせてくれるその言い回しは、かえって本筋の内容を印象付けてくれます。シリーズ累計230万部という売り上げに頷けます。

### 【「聞く力」が「話す力」につながる】

この2冊の本を今回一緒に読みました。「聞く力」と「話す力」はこれまたシンクロしています。阿川佐和子さんが、11年前にお書きになった「聞く力」と同一インタビューーに関して、「話す力」でも触れていいいます。読み込むにつけ、「聞く力」と「話す力」は両輪だ！と思わざるを得ないのです。

阿川佐和子さんのご本を読んでいて「なるほど」と思うことがちりばめられていました。

その著書の中で印象に残ったところは、双方にかかれていたことで、インタビュー時「質問は1つのみ用意する」「事前準備が重要」「話すと喋るは違う」でした。仰る通り！

### 【煌めく自分創り】

弊社では、内面から外面から前向きに元気で明るくいること、を「煌めく」と位置付けております。弊社の仕事は、ミドルエイジ女性に、年齢・性別にかかわらず、内面を見て頂き、転職・再就職するためのお手伝いをさせて頂いております。ただでさえ「オバサンいない」と世間が確信しているところ(当時は)、それを打破するために煌めくこと、つまり「暗くてネガティブな女性でない」ことが必須でした。しかし、そうなってしまうのは、

当時年齢だけで切る社会があったから、です。それに対応する自分を作ることが必要だったのです。経験豊富なミドルエイジ女性が、社会の固執した考えにいじめられながら(当時は)働く場所を見つけるのは困難で、その経験を生かして就業するためには大変な時代でした。すべての求人広告には「女性35歳まで」と平気で書かれていたからです。それを打破するための「煌めく自分創り」がポイントであったのです。それが皆様の成功に結び付きます。

### 【女性起業家煌めきインタビュー】

そんな女性たちに元気やパワーをお伝えできるのではないかと、という思いで女性起業家へのインタビュー動画を始めました。

女性経営者は当時ほんの4%でしたが、皆様煌めいている人だらけです。

「女性起業家煌めきインタビュー」と題したビデオインタビューは第100弾まで続け、ユーチューブにアップしております。2021年3月公開の100弾をもって休憩中？です。(継続の予定は今のところないのですが…)

その中で、インタビューーにインタビューし、話を引き出すには、「聴く力」が重要である、ということを実感するとともに、なかなか難しいものであるということも経験済みです。

(注；弊社では傾聴するという意味であえて「聴く」と記しております)

その質問項目は、

1. お仕事の内容は？
2. そのお仕事をする上において煌めいている時はいつ？

3. その煌めきを感じるために心がけていることは？

4. 今までの人生において一番煌めいていた時はいつ？

と4つの質問に関してインタビューをさせて頂く、というものでした。

インタビューに、2時間程度のお時間を頂いていましたが、興味深いお話がいくつもあり、それについて深堀していくと、時間オーバーになってしまうことが多々ありました。これは阿川さんがまさに仰っていること、よく理解できます。「聞く」から次の質問につながるのです。だからこそ1つの質問だけでよかったのかもしれませんが。

インタビューのことは事前にしっかりと調べていくわけで、その時点で伺いたいことはたくさん出てくるのです。阿川さんのご本を読ませていただき、これからはこのインタビューを続けるのなら、「あなたにとっての煌めきを教えてください」その1つの質問でよいのだな、と改めて認識しました。「聞く」ことに注力を注げば、自然と次の質問は出てくるのです。

### 【徹子の部屋】

「話す力」出版を記念してか、阿川佐和子さんが、新年早々「徹子の部屋」に出演していました。「聞く力」と「話す力」に関して、当然その中でも取り上げられていました。阿川佐和子さんは執筆者・インタビュアーとしてだけでなく、インタビュイーとしてお話しされる時も、快活で明るく元気にテンポの良い話ぶりの素敵な方です。

それにしても、福田会長はよくぞこの本を店頭で見つけ手に取り購入なさったものだ、と感心しました。無論新書なので見やすいとこ

ろにあったのかもしれませんが、常に決まった本屋に出向かれ、新しいことに着目し、その題材を逃すことなく、CLICKに取り入れてきた会長です。常に「聞く」と「話す」に注力し、社員や企業様と接していらした会長を長い間拝見してきて、方向性も変わらずこれを選択する会長に感激です。

### 【月間 印刷クラブ】

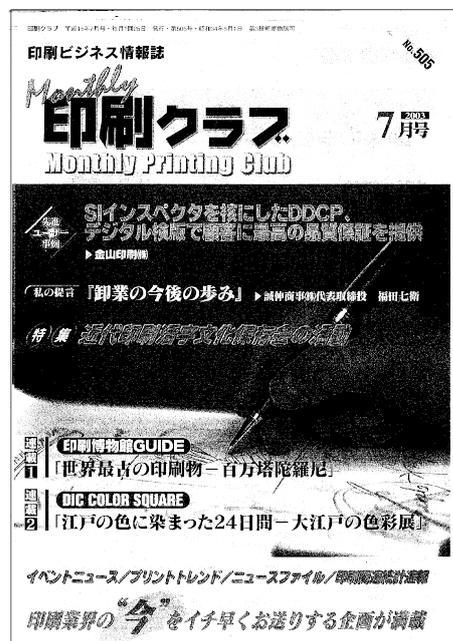
そんな会長が2003年、印刷ビジネス情報誌 月間 印刷クラブ (Monthly Printing Club)

7月号「私の提言」のコーナーに“卸業の今後の歩み”と題して執筆なさっている記事を発見致しました。

概要は、『デジタル化が急速に浸透したこと

により、印刷産業にかかわる150社とも200社ともいわれていた卸業が、倒産や統廃合により激減した。それに伴い取扱商品も激減したのだ。変わりゆく印刷産業をお得意様とする卸業は、印刷業の業務変革に合わせ、これらに如何に対応して貢献するか、知恵をめぐらすことが重要である。情報提供という側面から卸業を考えると、メーカー系列にとられない情報を公平に提供できるか否かが生き残りの大きな鍵の一つとなる。』とあります。

そして、その記事のまとめの中でメーカーと印刷産業と卸業の関係をこのように仰って



いました。

私の提言

“卸業の今後の歩み”

誠伸商事株式会社  
代表取締役社長 福田七衛



『メーカーは「台本作家」  
印刷産業は「アーティスト」  
卸業は「演出家」

台本作家とアーティストの間にいる演出家の仕事如何で、作品は大きく変わる。即ち卸業は常に印刷業の歩むであろう姿を勉強し、その情報をかかわるメーカーに提供できる力を培養せねばならない。「マーケティングマネジメント機能」が重要である。それを持ち合わせてメーカーとお付き合いし、その代償としてより多くの見返り情報を頂戴し、それを社内で議論してお得意様である印刷業に個別対応すること、即ち「購買代理機能」を果たすことが今日の卸業に要求されることである』と仰る。

【演出家はマーケティングマネージャー】

インタビューには聞く力が重要、そのために念入りな事前準備を欠かさないことが必要です。その聞く力によって、次への深掘りにつながり内容を取得する、相手にはただ話したいことだけを勝手に「喋る」のではなく、しっかりと伝えられるように「話す」ことであります。

阿川佐和子さんが、「インタビューしたゲストのお話をたくさん使いまわしていることが多い」とお書きになっていましたが、阿川さんは得た内容で他の方を喜ばせることができること、重ねれば重ねるほどうまく伝えられる。それを「話の使いまわしは落語と同じ」という題名で書いていらっしゃいました。

会長仰る「演出家」は、卓越したインタビュアーであり、「聞く力」「話す力」を持ち合わせたマーケティングマネージャーなのでしょ。



SEISHIN

編集後記；

2024年第2号のCLICKでございます。

CLICKは今号で創刊49年目を迎えました。

これもひとえにお読みいただいている皆様方のお蔭でございます。今年は、「タイムマネジメント」をテーマに進めて参りたいと存じております。幾ばくでも皆様のお役に立てるよう、編集室一同邁進してまいる所存でございます。

本年も引き続き宜しくお願い申し上げます。

ご意見ご感想は右記バーコードより、もしくは下記メールアドレスにお送りいただければ幸いです。編集室 主幹 福田七衛とども一同お待ち申し上げます。



seishin-somu@seishin.co.jp

「SEISHIN APPLICATION CLICK」

発行：誠伸商事株式会社内 CLICK 編集室  
〒145-0062 東京都大田区北千束 2-9-10

編集室主幹：福田七衛  
編集スタッフ：杉本なつみ・世古真一・橋田佳音利  
制作スタッフ：日比野悠太・山田七重・金子杏奈  
問い合わせ先：TEL 03 (5751) 3386

誠伸商事株式会社ホームページ  
にCLICKバックナンバーの掲載  
を開始致しました！  
<https://seishin.co.jp/click>



# Customer Delight

—満足から感動へ—

誠伸商事は

印刷情報産業のビジネスを  
サポートする専門商社です



## ■取扱製品■

印刷業向け統合経営支援ソフト	印刷管太郎XI ASP版/パッケージ版
エンドポイント セキュリティー管理ソリューション	PIG (Printing industry Infomation Governance)
高品質オフセット印刷用湿し水	MCエッチ液
プルーフ用インクジェットペーパー	PoleStar
Office データ変換システム	PDF Change Server 2
デジタル検版ソフトウェア	FLAP WORKS 2
Pre Press DTP	プルーフソフト・インクジェットプルーフ
	PC及びPC関連製品・フォント・Adobe製品
	検査ソフト・検査装置
Pre Press CTP	CTP出力機・ワークフローRIP・CTP用プレート
Press	デジタル印刷機・UVインクジェットデジタル印刷機
	POD (プリントオンデマンド)・印刷機
	インキ・印刷関連資材
Post Press	製本関連機器 他

# SEISHIN

誠伸商事株式会社

[www.seishin.co.jp](http://www.seishin.co.jp)

■本社:〒145-0062東京都大田区北千束2-9-10 TEL03-5751-3011

■静岡054-340-1191 ■北関東028-684-1981 ■東北022-204-0389 ■新潟025-286-9040