vol.020 FEBRUARY, 2020.[株式会社正文舎] 会社案内

with SBS

※SBSは、正文舎（SyouBunSyaの略です）

《不定期連載》
正文舎の制作事例
Review of CREATION

《今回のお客さま》
株式会社
化合物安全性研究所
様

正文舎のアレやコレ。
今月のキーワードは「T」

「株式会社 正文舎」A to Z

TRIAL & ERROR~試行錯誤をし続ける仕事。

TOPICS ——— 2020年度社員手帳
New&Goods ——— 2020年の小さな変化
Focus on JAPANESE ——— 助数詞

株式会社 正文舎のすべての情報は、WEBサイトでご確認ください。
バックナンバーもこちらから。

Photo_Adobe Stock

「株式会社 正文舎」A to Z

TRIAL & ERROR

Text_Narita Sadayuki

試行錯誤をし続ける仕事。

tráiəl ənd érər［副詞］試行錯誤。新しい物事をするとき、試みと失敗を繰り返しながら次第に見通しを立てて、解決策や適切な方法を見いだしていくこと。

私事で恐縮だが、グラフィックデザイナーを名乗るようになって、今年でちょうど30年になる。その間、民間・官公庁を問わず、チラシ、ポスター、パンフレット、新聞広告、WEBサイト等のデザインに携わってきた。しかしながら、今までの仕事を振り返ってみると、ちょっと大袈裟かもしれないが、「上出来」と思うことが一度もない。もちろんコンペに勝ったり、クライアントに喜ばれたりすることもあるのだが、過去の仕事を見ると、「何でこんなデザインにした?」とか「ここはこうした方が良かったな…」などと考えてしまうことがほとんどだ。

どうしてだろう?————

*Illustration*_Adobe Stock

画家や彫刻家、音楽家などのいわゆる「芸術家」と呼ばれる方々の作品は「自己表現」の結果であり、創りたいモノを創りたい時に創ることができるので、その作品には「正解」があり、常に「納得」はしているのだろう。その作品が他者に受け入れられようが、られまいが、基本的には関係ない。その出来映えに納得がいかなければ、ドラマのワンシーンにあるように、『陶芸家が窯から出したばかりの壺を叩き割る』みたいなことをすればいい。

一方で、私たちデザイナーにはクライアントが存在する。芸術家にもクライアントがいる場合もあるだろうが、私たちにはデフォルトで存在する。そう、私たちは「他者表現の代弁者」なのだ。そして、そこには多くの“規制線”が張られている。予算、納期（制作時間）、クライアントの意向、エンドユーザ…。その規制線のひとつーつを“掻い潜って”作品を仕上げていく。

例えば、デザイン案を複数出して、自分では「無いな」と思っていた案が採用されたり、「これだっ」と思って出したデザインが『真っ赤っか』になって返ってきたりする。なので、クライアントと折衝し、試行錯誤を重ねて、双方の“折り合い”がつく「最適解」を探りだしていく。誤解を恐れずに言うなら、デザイナーには「他者表現の代弁者」という存在であるが故に、最初から「正解」はないのである。自分が気に入らないからといって『壺を叩き割る』ことは出来ないのである。そして、こちらは誤解してほしくはないのだが、私はそれが「嫌だ」と言っているワケではない。寧ろそれを楽しんでいる。ある種の「縛り」がないと「つまらない」とすら思っている。ちょっと古い海外ドラマの「HEROES」然り、映画「アベンジャーズ」然り、『何でもアリ』になった途端に面白くなくなるのである。

個人的には「試行錯誤」することがデザイナーの仕事だと思っている。それを重ねてアップデートしていく。そして、それを次の仕事にインストールする。デザインにもトレンドがある。流行廃りがある。冒頭に書いたように、過去作品が「上出来」と思えないのは、「古臭く」感じるからなのだ。当時にはそれが良くても、今となっては「ダサい」のである。そういう意味では、まだ「アップデート」出来ているのであろう。そして、過去作品を見返して「おっ、いいんじゃねっ」と感じた時には、デザイナーを名乗るのを辞めるときなのだろうと思って、今日も試行錯誤を続けている。

TOPICS

社内配付物を、ひとつにまとめコンパクトに。

2020年度 社員手帳

*Text & Photo*_Honma Kazumi

正文舎の社員手帳2020年度版が完成しました！　昨年（本誌2019年 7月号 Vol.013 What'sNew!参照）に比べてコンテンツが増え、ボリュームアップの全90ページ。B6サイズです。内容はこちら。

❶2020年度の全社目標　❷2020年度の各部署目標
❸マンスリーカレンダー　❹方眼ノート
❺正文舎の社内ルール　❻正文舎の防災ページ
❼企業理念

今まで「全社目標・各部署目標・企業理念」は、年初に「経営方針・行動計画書」という冊子の形で社員一人ひとりに名前入りで配付されていました。また「正文舎の社内ルール」は総務部が作成した別の冊子がありました。「正文舎の防災」も昨年秋に出来たばかりの「防災カード」（本誌2019年12月号 Vol.018 TOPICS参照）という形で配付されたものです。

このように正文舎には社員への配付物が複数あったのですが、今回の社員手帳はそれらを集約し、手帳と合体させた一冊になりました。

手帳の好みは人それぞれ。正文舎の社員手帳は強制ではないので使い方も人それぞれです。「紙の手帳は使わずスマホでスケジュール管理をしている」という人もいますし、営業部の多くの人は時間軸のついたバーチカルタイプを自前で使っているようです。「早く今年の社員手帳を使いたくて待っていたよ～」という人もいます。私自身は内勤なこともありマンスリーカレンダーは使いやすく、仕事の締切日などを書き込んでいます。また1カ月を見渡せるので「毎月〇回〇〇する」といったような個人目標の進捗チェックもしやすいです。今年はさらにコンテンツが増えたのでより便利に使えそうです。

ところで率直な意見を言ってくれたスタッフがいます。
「表紙の紙がコレじゃあ、正直あんまり使う気がしない。」
そう言われてみれば、確かに…。

表紙の紙は余っていた廃材のコート紙（パンフレット等によく用いられる光沢のある紙）を使いました。しかし1年を通して使う物なので、もう少しクオリティの高い紙でも良かったかもしれません。1年経ってみないと判りませんが「ひょっとしたら12月には使い込んでヨレヨレになっているかも?」と思いました。検討の余地はありそうです。

部署のスタッフたちと「厚い紙で絵本のような上製本」や「文字やロゴを箔押し」も外注にはなるけれど可能ですね、といった話をしました。

欲を言えばキリが無く、お金がかかりそうですが…。

社長～！来年は高価な特殊紙に上製本で箔押しなんてどうでしょう～！？

社員手帳の実物をご覧になりたい方や、手帳を作りたいとお考えの方、もっと詳しく知りたい方は、弊社までお気軽にご連絡ください。

表紙イラストは岸社長の案です。社員一人ひとりの名前入りです。

17

正文舎 New&Goods

2020年の小さな変化

Text_ Shirafuji Saori

小さな違和感を見逃さず工夫をすることで、大きな変化を生むことができる。会議の方法を少し変えてみて、私が実感したことです。

2020年がスタートして、はやいもので2か月目になりました。正文舎では昨年末に各部署が2020年の目標を作り、仕事納めの日に全社員の前で発表しています。私が所属するWeb部門では、「情報共有の方法の改善」が目標のひとつです。目的はWeb制作に関わるスタッフ同士の連携をよりスムーズにすること。

目標を作っただけでは「絵に描いた餅」になってしまうので、具体的にどのような行動をしたらよいのかスタッフミーティングで話し合ってみました。

ミーティングで出てきたアイディアは、週1回営業部と行っているWeb進捗会議にWeb部門のスタッフ全員が参加するというもの。管理職と進行管理を担当者だけではなく、Web制作者も参加すると、全員で話を共有できるのでよいのではという意見が出たのです。

今までと違う結果を求めているのですから、違う方法を試してみよう。もし効果がなければ変えればいい。そんな考え方で、1月からはWeb関係者全員で、進捗会議をすることになりました。3回実施して振り返ってみると、会議の時間が20分〜30分ほど短くなっていたのです。変えたのは参加メンバーだけです。ですが、直接案件を担当しているスタッフから進行状況を確認できたり、全員が揃っている場で質問や確認ができたりすることで、案件ひとつひとつの確認時間が短くなったのですね。小さなことなのですが、それでも変化が実感できる成果を生み出しました。

1時間かかっていたWeb進捗会議を30分〜40分に短縮できたので、その余った時間で、個別の問題点を関係者だけ残って打ち合わせができるという副産物もありました。

取り組みとしては始まったばかりなのですが、やがて大きな何かに結びつくのではないかと楽しみにしています。

Illustration_Adobe Stock

まめ

助数詞 にほんごの知識 14

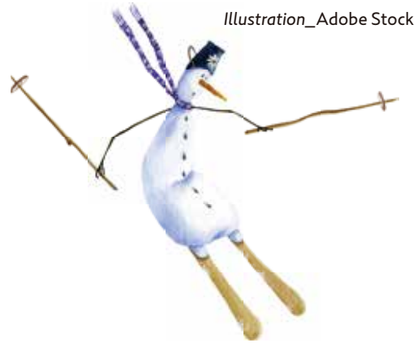
Text_ Kurita Miyuki

放課後は近所のスケートリンクで鬼ごっこ。凍っちゃいそうなおにぎりと、水筒の温かいほうじ茶の組合せが懐かしい学校のスキー遠足。子供の頃はウインタースポーツがとても身近だったのに、残念ながら社会人になってから殆んどやらなくなってしまいました。

私が子供の頃住んでいた地域はスケートリンクのすぐそばだったので、友達もみな自分のスケート靴を持っていました。スキー用具に至っては、学校で授業があるので持っているのはあたりまえ。札幌の小学生は今もきっとそうですよね。スポーツ店に行くと、現在は短いカービングスキーが並んでいますが、当時は身長より長いまっすぐなスキー板でした。

ところで、スキー板ってどう数えますか。スケート靴なら一足、二足と数えますが、一台、一組、一対、一セット…迷いますね。日本語や中国語のように、いちいち対象物によって数え方が異なる言語は、欧米にはあまりありません。日本語の助数詞[※1]の種類は500以上、そのうち現代の日常生活で使える生きた助数詞は120くらい、数え方に関心のない人でも50くらいは使い分けているのだそうです。日本人ってスゴイ。

校正の仕事をしていてよく登場するのは人を数える助数詞、「人」と「名」です。どちらに統一するか、迷った経験のある方もいらっしゃるのではないでしょうか。「人」は単純に数として人を数えるときに使います。一方「名」は、参加者、出席者、（中略）入学者数や卒業者数といった、ある決められた範囲の中で把握できる人を数えます。[※2]ある程度名簿などで名前を把握している場合に使うということですね。レストランなどでは、名前を知らなくてもお客様の数を「〇名様」といいますが、それは単なる人数ではなく、名があるお客様として接するおもてなしの意識からだといいます。ちなみに神様は「人」や「名」では数えません。日本人は古くから、神様は樹木に宿ると考えていたので、「木」と「主」で構成される「柱」を使います。それに準じて、亡くなった方や位牌も「柱」で数えます。



Illustration_Adobe Stock

「枚」といったらぺらぺらしたもの、「本」といったら細長いもの、「頭」といったら大きい動物、など助数詞だけである程度数えられるものの形状や大きさがわかってしまう日本語。便利で奥深い反面、どの助数詞を使えばいいのか迷う場面も生じます。

……で、結局、スキー板ってなんて数えればいいのかな。

参考文献：飯田朝子（2016）『日本の助数詞に親しむ』東邦出版

※1：接尾語のひとつ。数量を表す語につけて、数えられる物の性質や形状などを示す。「ひとつ・ふたつ」の「つ」、「一本・二本」の「本」、「一枚・二枚」の「枚」などの類。（出典：デジタル大辞泉）

※2：飯田氏上記文献より引用（下線部）。

校正の現場から。

ある登山が趣味の方の文章を校正していたら、山を「座」で数えていました。

「座」は高い山を数えるときに使う助数詞。

各人の職業や趣味によって、よく使う助数詞も異なりそうですね。

不定期連載 第4回

Review of CREATION 正文舎の制作事例

《今回のお客さま》

株式会社 化合物安全性研究所 様

株式会社化合物安全性研究所様では、医薬品、医療機器、再生医療製品、化粧品などの「安全性」を評価する業務を受託されています。
正文舎では、Webサイトのリニューアルを担当しました。

Before

リニューアル前の課題としては、

- 会社の強みや、エンドユーザ側のベネフィットが伝わらない。
- デザインをもっとよくしたい。
- 検索からの流入をもっと増やしたい。
- スマホ対応したい。
- SSL対応したい。
- レスポンスがよく、Webマーケティングのパートナーとなる企業と仕事がしたい。

ということがありました。
それらを一つひとつクリアしていきました。

After

BtoBサイトなので、信頼を得ることが大切です。会社の社歴や強みを上部の写真スライド部分に入れました。

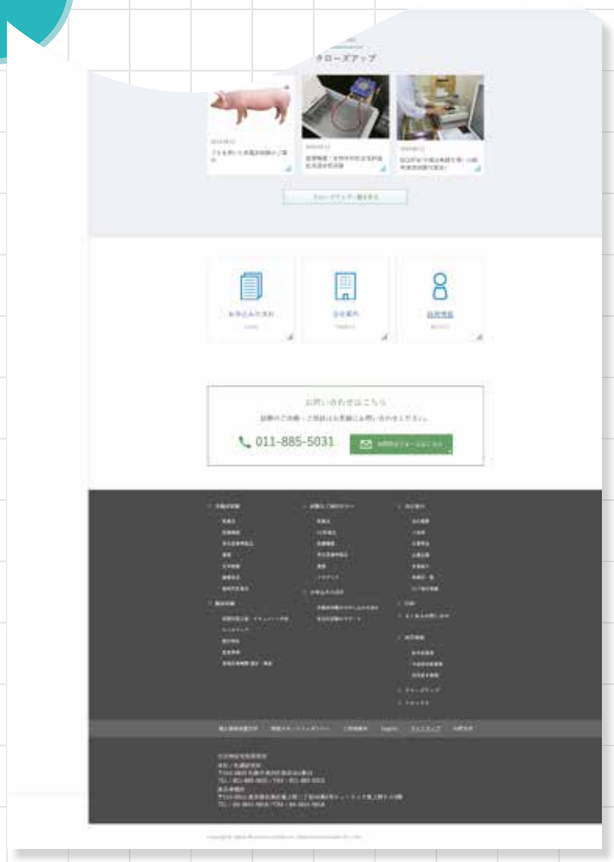
取り扱う試験カテゴリをわかりやすく配置しています。

閲覧者の属性ごとに入口を分けています。

エンドユーザ様のベネフィットを、シンプルかつビジュアライズして掲載しました。

次項につづく

After



スマートフォン対応、
およびSSL対応を合わせて
行いました。

●リニューアル後の変化

リニューアル後、「閲覧数」「お問い合わせ数」が格段に増加しました。
特に「お問い合わせ」については、化合物安全性研究所様の強みである“ワンストップサービス”に関するものが多くなりました。

株式会社 化合物安全性研究所

事業概要

非臨床試験
医薬品、医療機器、再生医療等製品、農薬、化学物質、化粧品、食品添加物、健康食品、動物用医薬品等の安全性評価ならびに薬理評価

臨床試験
医薬品（BE試験等）、再生医療等製品、医療機器、健康食品等

本社／札幌研究所　〒004-0839　北海道札幌市清田区真栄363番24　TEL011-885-5031
https://www.ka-anken.co.jp/

What's New!　新素材「LIMEX（ライメックス）」

CSR活動にも結び付く、木材パルプや水を使わない新素材「LIMEX」をご案内します。

今、世界中から注目を集めている「LIMEX」とは、株式会社TBMが開発・製造・販売する、石灰石を主原料とした紙やプラスチックの代替素材です。その特徴としては、次のことが挙げられます。

❶木材パルプや水を使わない
従来の用紙に比べて、製造時に使用する水を98%削減します。

❷石灰石を主成分とする経済的な素材
世界にほぼ無尽蔵に存在し、日本においても自給率100%。

❸半永久的にリサイクルが可能
地球環境への貢献が企業に求められている現在、LIMEXを使用することがCSRにも結びつきます。

水に強く、高耐久、心地よいしっとりとした手触りで高級感のあるマットな印刷に仕上がり、名刺にぴったりの素材と言えます。弊社の名刺も増刷分から順次、このLIMEXに切り替えています。

お問い合わせは、下記ホームページのお問い合わせフォーム、または担当営業までお気軽にご連絡ください。
https://www.syoubunsya.co.jp/form/contact/

Photo_Urata Hisanaga

▲順次切り替えが進んでいる弊社の名刺

Photo_Urata Hisanaga

▲水にも強く耐久性が高い新素材です。

《会社概要》

社　　名：株式会社 正文舎

代 表 者：代表取締役　岸　昌洋

創　　業：昭和 9年 5月 1日

設　　立：昭和27年 5月15日

資 本 金：1,400万円

所 在 地：[本　　社]
〒003-0802
北海道札幌市白石区菊水2条1丁目4番27号
TEL.011-811-7151
FAX.011-813-2581

[東京オフィス]
〒107-0051　東京都港区元赤坂1-1-7
オリエント赤坂モートサイド805
TEL.03-5413-4016
FAX.03-5413-4017

取扱い品目

印刷事業

【商業印刷物】

［情　報　系］パンフレット・リーフレット・カタログ・チラシ、会社案内、ポスター、カレンダー、PR誌、取扱説明書（マニュアル）

［物流資材系］各種封筒、包装紙、シール・ラベル

【出版印刷】

［書　　籍］名鑑、各種名簿、記念誌、単行本

［雑　　誌］週刊誌、月刊誌、専門誌

［新　　聞］各種業界新聞、学校新聞

［学　参　系］教科書、辞典、問題集、生徒会誌

［自 費 出 版］同人誌、自分誌、詩集、エッセイ、写真集

【業務用印刷】

伝票・帳票各種、オンデマンド／バリアブル、小ロット印刷、賞状（学位記・証書等）印刷、可変宛名印字、ダイレクトメール

情報メディア事業（WEBサクセス）https://www.websuccess.jp/

各種WEBサイトの企画・制作・運営管理、各種データベースの企画・構築・運営管理、クロスメディア展開の企画・構築・運営管理

賞状net事業

賞状・表彰状等のインターネット通販サイトの運営

MUD

メディア・ユニバーサル・デザイン協会認定のメディア・ユニバーサルデザイン・アドバイザーの資格を持った制作者が多く在籍しています。

グリーンプリンティングの認定を受けています。

CSR
P-00023

全日本印刷工業組合連合会による
CSR認定制度の基準を達成しています。

IS 618840/ISO 27001

ISO/IEC 27001:2013 JIS Q 27001:2014
情報セキュリティマネジメントシステム
の認証取得をしています。

ぷらねっと
©2008 syoubunsya.inc

★ぷらねっとクンは、正文舎の業務や取組を紹介するときにどこからともなく現れるオリジナルキャラクターです。

情報をクリエイト

株式会社 正文舎

札幌本社 〒003-0802 札幌市白石区菊水2条1丁目4-27
TEL.011-811-7151 ／ FAX.011-813-2581

東京OFFICE 〒107-0051 東京都港区元赤坂1-1-7 オリエント赤坂モートサイド805
TEL.03-5413-4016 ／ FAX.03-5413-4017

https://www.syoubunsya.co.jp

※本誌はデジタル印刷機 Ricoh Pro C9200において、在庫紙を使用し、オンデマンド印刷・インライン製本をしています。

Publisher ■ Kishi Masahiro
Creative & Art Director ■ Narita Sadayuki
Chief Editor ■ Ebina Mikiko
A to Z Writer ■ Narita Sadayuki
Topics Writer & Editor ■ Honma Kazumi
New & Goods Writer ■ Shirafuji Saori
Focus on JAPANESE Writer ■ Kurita Miyuki
Review of CREATION Writer ■ Ebina Mikiko
Editor ■ Tokunaga Moe
Digital Printing ■ Narita Sadayuki

CR_labo in SYOUBUNSYA