

SBS

※SBSは、正文舎（SyouBunSyaの略です）



《新連載》
正文舎の制作事例
Review of CREATION

《今回のお客さま》
株式会社
マイクロ
フィッシュ様

正文舎のアレやコレ。

今月のキーワードは「N」

「株式会社 正文舎」 **A** to **Z**

NOTEBOOK～社員手帳の制作から見てきたモノ…

TOPICS ————— 職場体験

New&Goods ————— 職場体験から学んだこと

Focus on JAPANESE ————— 日本語文法

What's New! ————— クリエイティブ研究室



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_Himukai Atsushi

「株式会社 正文舎」**A** to **Z**

NOTEBOOK

Text_Honma Kazumi

社員手帳の制作から見てきたモノ…

nóutbùk [名詞] ノート、帳面、手帳、備忘録、メモ帳、メモ（用紙）つづり

20 19年の紙商材プロジェクト（本誌2019年5月号 Vol.011 A to Z 参照）が始動して約4カ月が経とうとしています。メンバーは現在4名。毎月2回ほど集まって企画のアイデアを練ったり、SNSでの発信について話し合ったりしています。皆それぞれに日々の仕事をこなしながら、時間をやりくりして活動を続けてきました。結果、少しずつ思い描いたものが形になってきています。



そのひとつが、印刷業務上どうしてもでしてしまう“廃材の紙”を利用した『社員手帳』（本誌2019年7月号 Vol.013 What's New! 参照）を7月初旬に完成させたことです。今年の下半期から社員が使えるようにギリギリででしたが間に合いました。全社員に配付し、スケジュール管理や打ち合わせ時のノートとして活用されています。来年度には社長の意向で「社内ルール」「緊急連絡先」「組織図」などを取り入れた、更に本格的な手帳をつくる構想があるのですが、今回はその簡易版として制作しました。この半年間で使い心地を試してみてもらい改良点を探っていこうと思っています。

ちょうど社員手帳の制作を始めたのと同じ時期、クリエイティブ研究室^{*1}では『SNSプロジェクト』（本誌2019年6月号 Vol.012 What's New! 参照）の企画が持ち上がっていました。この企画で「ぶらねっと」^{*2}Twitter」がスタート。紙商材プロジェクトはSNSで情報発信をするという目標を立てていたので、このTwitterを使って社員手帳の制作の様子を紹介することにしました。

社員手帳は社内で使う物なので、あまり気負わず「見ての人に楽しさが伝わればいいな」という遊び感覚で、気楽に投稿していました。紙廃材が積み上がっている写真や、あるスタッフの鉛筆書きのラフを載せるなど、楽しみながらツイートするうちに「いいね」や「リプライ」をしてくれる方が少しずつ増えてきました。

ボツ案となった表紙デザインも、Twitter上での気軽な雑談から「ラッピングペーパー」に転用するアイデアが生まれました。

そうしてコツコツ投稿を続けるうち、嬉しいことにTwitter上で社員手帳を「ほしい」と言ってくださる方がいました。また社内からは「方眼ノートだけのバージョンがほしい」という声もありました。そこで一般向けに全社目標や企業理念の部分を削除して商品化する企画を考え始めています。正文舎では『極厚メモ』（本誌2018年8月号 Vol.002 Topics 参照）をはじめ、SNSをきっかけにビジネスへ発展することが徐々に増えてきました。

ここ数年、企業のTwitter活用がますます広がり「ハインアメ」や「SHARP株式会社」のような企業アカウントの人气が高まっています。SNSはこれからの企業には必須になってゆくのでしょうか。

企業である以上「売る」ことも大事ですが、好きなモノづくりの楽しさをSNS上で人々と共有できるのはとても嬉しいことです。

社員手帳の制作をとおして「ぶらねっとTwitter」に新しい可能性が見えた気がしています。

※1：本誌11ページ「What's New!」参照
※2：本誌裏表紙参照

TOPICS

正 文舎ではCSR活動の一環として、幼稚園児から小・中・高校生への会社見学や職場体験の受け入れを行っています。

去る7月18日、今年第1回目の職場体験が行われ、4名の中学生が来社されました。

体験内容は、始めに社長の岸によるオリエンテーション、製版課の設備見学と名刺作り体験、印刷・製本課の設備見学、WEB部門によるLINEスタンプ制作体験です。私はその中の製版課による名刺作り体験を担当しました。

名刺作りの前に、制作の現場ではどのようなアプリケーションソフトを使っているのかを紹介しました。弊社ではAdobe社のページ組版ツール「インデザイン」、イラストやベクターデータを作成する「イラストレータ」、画像加工編集ツールの「フォトショップ」という3つのソフトを主に使います。それぞれの特徴を説明し、実際に文字入力や写真加工などの簡単なデモンストレーションを見てもらいました。

日々の仕事で当たり前のように使っているソフトですが、いざ人に教えるとなると伝え方も含め、改めて勉強する必要があるな、と実感します。

中学生の場合「名刺」と言われてもあまり“ピン”と来ない様子だったり、そもそも見たことが無いという生徒もいたりします。そのため私の名刺を見てもらい、「名刺とは何か」、また「名刺の役割を果たすには何の情報を載せるのか」といった説明から入ります。その後、白い紙に名刺の仕上がりサイズの四角い枠を付けたものを渡して、自由にデザインを書いてもらいます。参考にネット上にある名刺のデザインを見せたり、フリー素材のイラストや面白いフォントを紹介したりしながら、彼らのイメージを引き出すよう導きます。やや緊張気味だった生徒たちもフリー素材の「ゴゴゴ」のマンガ文字を見て『某マンガのやつだ〜』と盛り上がってくれました。

デザインが出来上がったら、実際にソフトを使っているデータ作成に移ります。私が担当した生徒たちは学校では「パソコン部」の所属で、日頃からWordやExcelを使っているとのこと。文字入力は慣れたものでタイピングが早くて驚きました。イラストの配置やレイアウト調整など必要な時のみ私がサポートをし、なるべく彼らに操作を体験してもらうように進めます。

しかし製版課での持ち時間は2時間ほど。そろそろタイムリミットです。後半は私が多めに手を加え、駆け足になりながらもなんとかデータを完成させました。

出来上がった名刺データはオンデマンド印刷機を使って印刷します。ここで印刷した名刺を手に記念撮影タイム。撮影した写真は後でポストカードに加工してプレゼントしました。この段階では名刺はまだA4の用紙に10面付いた状態。次は1階の工場へ移動して断裁です。名刺専用の小さな断裁機で1枚ずつカットされる様子が歓声が上がります。ようやく名刺が完成。嬉しそうな顔を見て、私も笑顔になりました。

今回は新しい試みとして、名刺作りの様子を動画で撮りました。そしてメッセージカードにQRコードを付けてお渡しし、期間限定ですが動画を閲覧できるようにしました。後で振り返っていただけますし、クラスメート、先生、保護者の方とも共有ができます。

この職場体験が生徒にとって楽しい思い出に、また進路を考える時のヒントになるよう願っています。

職場体験

Text_Honma Kazumi / Photo_Hirasawa Hiromi



職場体験から学んだこと

プレゼン、商談、会議や打ち合わせ、仕事の指示。私たちは、何らかの情報を相手に届け、理解してもらい行動してもらおうということを毎日している。

情報が伝わっていると思っても、実は理解されていなかった。こんなことが後でわかることも多い。

それはどうしてかという、伝える側と受け取る側で、前提を共有していないからだ。そして、お互いに前提を共有していないということに気づいておらず、伝わるのが当たり前と思って伝えるから伝わらない。

そういう意味で、若い生徒・学生さんの職場体験やインターンシップを受け入れるのは、コミュニケーション力を鍛えさせてもらう貴重な機会だと思う。若い人たちに仕事に興味を持ってもらうにはどうしたらいいか、どんな話をするかと伝わるのだろうか、事前にシナリオを考え、準備を進める。本番を迎え、そのあとに振り返る。この過程で、気づきがたくさんあるからだ。これは、座学でコミュニケーションの理論を勉強するよりも、学びが深いのではないかと私は思っている。

7月にあった職場体験で、私の部署では中学生にLINEスタンプの作り方を経験してもらい企画を試みた。LINEスタンプなら身近だし、デジタルデータの作り方の過程もわかるというのが狙いだった。

初めて担当するスタッフは、カリキュラムを考え、データを準備し、緊張しつつも本番を迎えた。カリキュラムはこんな感じ。

- 手描きでイラストを描いてもらう。
- それをスキャナで取り込む。
- 取り込んだイラストをトレースする。
- LINEスタンプの申請について口頭で説明する。

そして実際取り組んでみてわかったことは、ひとつひとつの工程で、想定よりも時間が必要だったということ。

教えたい気持ちがいっぱいでも、割り当てられた時間とスキルの兼ね合いで、相手が受け取れるものが限られてしまうのだ。

こちらが伝えたいことをすべて伝えるのではなく、相手の反応を見ながら6割程度に抑えた方が受け取りやすいということ。この気づきは大きいと思う。

職場体験が終わった後、「こうすればもっとよくなるかもね」とか、「ひとりで大変なら、次は手伝います」とスタッフ同士で話していた。こういう雑談が自然と生まれているものよいく。こうしてスタッフのスキルはちょっとあがったのに違いない。

正文舎に来てくださった中学生のみなさま、ありがとうございました。



Photo_Hirasawa Hiromi

日本語文法

まとめ

にほんごの知識
Text_ Kurita Miyuki

08

モンゴルから来たお相撲さん、アメリカから来たタレントさん、日本で活動する韓国人歌手など、短期間の学習で流暢な日本語を話す外国人には、驚かされます。彼らはどうやって日本語を学んだのでしょうか。

私達が学校で習った日本語の文法は、「学校文法」と呼ばれ、古典文法との一貫性を重視したものです。日本語文法のいわゆる四大文法（松下文法・山田文法・橋本文法・時枝文法）のひとつ、橋本文法が土台になっています。韓国語は日本語に似ているところが多いため、韓国人が日本語を習得する場合は、この「学校文法」を使用することも多いようですが、一般的に日本語教師は、「学校文法」とは異なる文法（ここではこれを「日本語文法」とよびます）で外国人に教えるといいます。

では、外国人はどんな「日本語文法」を学んでいるのでしょうか。

例えば、“母が台所で料理を作る”という文があったとき、私たちは、

母が	台所で	料理を	作る
(主語)	(連用修飾語)	(連用修飾語)	(述語)

のように、「母が、作る。」という土台の文があり、

※参考：「日本人のための日本語文法入門」
(原沢伊都夫著、講談社現代新書2173)

「作る」という動詞を「台所で」「料理を」が修飾していると理解します。一方、「日本語文法」では、

母が	台所で	料理を	作る
(成分1)	(成分2)	(成分3)	(述語)

のように、述語「作る」を3つの成分が修飾していると見ます。主語を特別扱いしないんですね。

そして述語の品詞によって、動詞文、形容詞文、名詞文、と分かります。

どうですか。これは「日本語文法」のほんのさわりの部分ですが、もっと学ぶとさらに面白く、目から鱗です。文法が好きになるかもしれませんね。



Photo_Adobe Stock

校正の現場から。

私たちは日本語をどのように習得してきたでしょうか。

学校では国語の授業があり、文章を与えられてこの主語に対応する述語はどれかと、この言葉はどの言葉を修飾しているかと、勉強した覚えがありますね。

小中学校でのこうした勉強をおろそかにしていると、

大人になっても主語と述語がちぐはぐな文章、いわゆる「ねじれ文」を書いてしまいます。

不要論があるくらい、日本語文法において「主語」の位置づけは微妙です。

しかし文章を書く上では、主語と述語はやはり意識せざるを得ません。

株式会社マイクロフィッシュ様

WEBサイトは、ランディングページでVRに絞り込んで、ビジネスでVRを活用したいと考えている見込み顧客から選ばれるサイト作りを心掛けました。今後、制作実績や事例なども盛り込まれていく予定です。

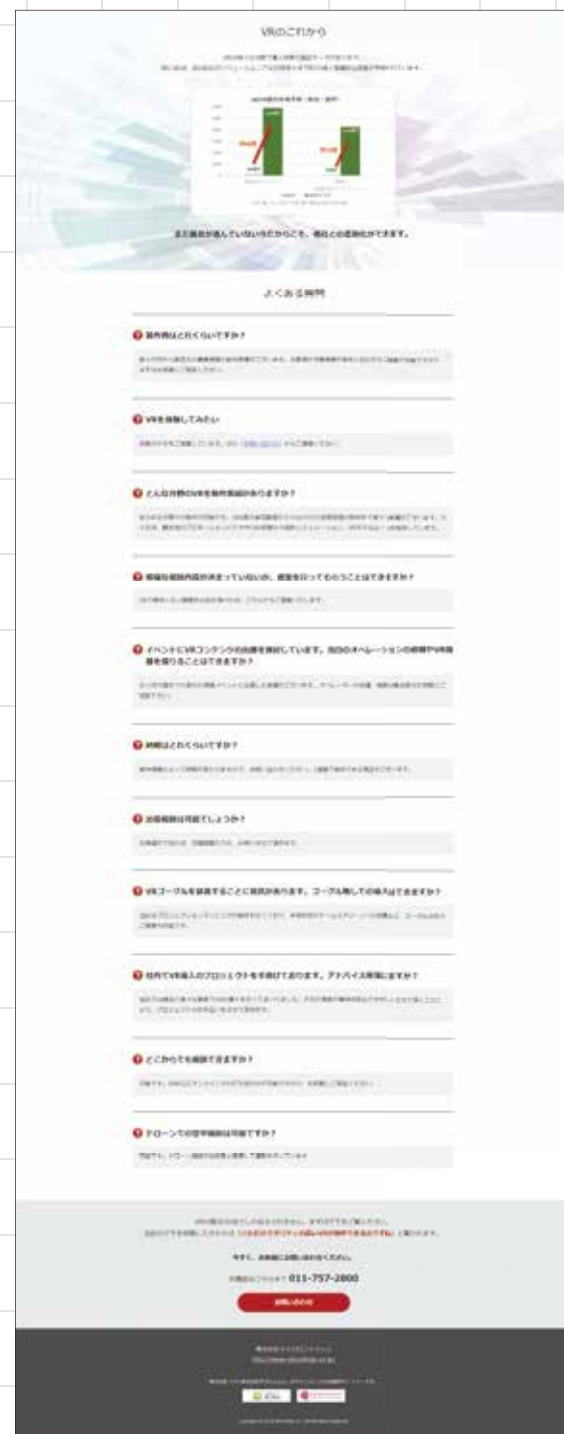
 株式会社マイクロフィッシュ
(03)6011-0001 / (03)2717-7520
 デバイス・ソリューションズ

東京本社	〒103-0016 札幌市中央区北一条西3丁目3番10号 TEL: 011-757-0800 / FAX: 011-757-0900
東京支店	〒103-0064 東京都中央区銀座5丁目7番1号1F丸ビルC101 TEL: 03-5562-0866 / FAX: 03-5562-1600

ComputerGraphic	Program	Movie
Biding Information Modeling	ProjectionMapping	Game
VirtualReality	MixedReality	AugmentedReality
Shooting	Drone Shooting	SocialShooting
Interactive	Hologram	WEB
3DPrint		



●WEBサイト <http://www.microfiche.co.jp/vr-sapporo/>



VR等映像メディアに関するお問い合わせはこちら

株式会社マイクロフィッシュ

〒001-0018 札幌市北区北18条西6丁目3番10号

TEL : 011-757-2800



MicroFiche

What's New!

クリエイティブ研究室

Text_Narita Sadayuki

「クリエイティブ研究室って一体ナニ?」と聞かれることがごく希にあります。本誌の記事にも時折でてくるので、今これを読みながら訝しんでる方もいらっしゃるかも知れません。

クリエイティブ研究室とは、印刷物の受注が減っている中、旧態依然とした「受注型」の企業体質に危機感を覚えたひとりの一般社員が、「提案型」企業に生まれ変わることを目指して2018年4月に立ち上げた「社内勉強会」です。

メンバーは、部署を問わず、全社員（パート社員を除く）を対象に、社内メールとポスターで募集を懸けました。結果、ほぼ全ての部署から8名の参加があり、主宰者の私を入れ全9名でスタート。半年後にフルタイムのパート社員にも解禁され、3名の退会、1名の入会を経て、現在は全7名で構成されています。

立ち上げ当初は、メンバーのほとんどが「何かを提案する」という仕事に携わったことがなかったため、業務には直接関係のない「正文舎のキャッチフレーズ」や、私が実際に受けている仕事の別案（ボツになってもいいように）を考えるというような、全員でひとつのテーマに取り組んできました。

そして、クリエイティブ研究室として最初に本格的に取り組んだのが、この会社案内『With SBS』。

ある日社長の岸に呼ばれ、「会社案内の内容が古くなったので作り直したい。今までにない斬新な会社案内を作してほしい。」と言われたのです。岸は結構な頻度で突拍子もないことを言います。

私は「(°Д°)?? ザンジンってナニ?」となったのですが、確かに社外も社内も常に動いているので、紙に載せた情報はすぐに古くなる、ヘタをしたら1ヶ月で古い情報になってしまいます。お客さまに“古い情報”を知らせても意味がないということで、「だったら今の情報を詳しくお知らせしよう」



▲メンバー募集ポスター

「会社案内を毎月発行してもいいんじゃない?」と今のカタチになりました。

これを機に、クリエイティブ研究室のメンバー自らが、社内全ての販促ツールの見直しを図り、経営陣にプレゼンテーション（本誌2018年10月号 Vol.004 正文舎New&Goods参照）をして改訂しています。

さらに、立ち上げから1年経った今年の4月からは、この会社案内の編集を担う《会社案内プロジェクトチーム（以下PT）》や、《SNS PT》《プロモーションPT》など、6つのPTを創り、メンバーが2つ以上のチームに参加して、販促ツールや正文舎の認知度アップを目指して、それぞれの日々の業務を熟しつつ、クリエイティブ活動に邁進しています。

CR in SYOUBUNSYA labo

《 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

私たちは、令和元年5月1日、
創業85周年を迎えました。



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。



紙には古紙80%再生紙の
OKマットコートエコグリーンを使用しています。



グリーンプリンティングの認定を受けています。



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。



ぶらねっと
©2008 syoubunsysa.inc

★ぶらねっとくんは、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。

製造から創造へ

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.syoubunsysa.co.jp>

※本誌はデジタル印刷機 Ricoh Pro C7200sにおいて、表紙にクリアトナーを使用し、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 & Editor ■ Honma Kazumi
Topics Writer & Editor ■ Honma Kazumi
New & Goods Writer ■ Shirafuji Saori
Focus on JAPANESE Writer ■ Kurita Miyuki
Review of CREATION Writer ■ Ebina Mikiko
What's NEW! Writer ■ Narita Sadayuki
Editor ■ Tokunaga Moe
Photographer ■ Himukai Atsushi
Digital Printing ■ Narita Sadayuki

CR labo in SYOUBUNSYSA