

SBS

※SBSは、正文舎 (SyouBunSyaの略です)



《連載》
お客さまトピックス
Review of CLIENTS

ショコラティエ
マサール 様

正文舎のアレやコレ。
今月のキーワードは「M」

「株式会社 正文舎」 A to Z MAHJONG APPLICATION

TOPICS ————— 計数機

New&Goods ————— 進化

What's NEW! ————— 社員手帳

Focus on JAPANESE ————— 送り仮名



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**

MAHJONG APPLICATION

Text_Tanaka Tomohiro

毎日を誠実に積み重ねる。少しだけ挑戦してみる。

ma:dʒɑ:n [名詞] 麻雀：中国を起源とするテーブルゲームの一種



正 文舎ではGoogle、Apple、Amazon、Docomo、SoftBankの複数のプラットフォームで「麻雀昇龍神」という麻雀ゲームアプリをピコロジー社と共同開発し、リリースしています。

今年でリリースしてから8年目に突入り、累計ダウンロード数も200万ダウンロードを突破しました。

今回は、「麻雀昇龍神」をリリースしてからの8年間で、スマホアプリ市場の歴史と共に、簡単に振り返ります。

スマートフォンの登場からもう12年

当時の日本はガラパゴス携帯（ガラケー）と呼ばれる、日本独自で進化した携帯電話が主流でした。そこに新たに登場したのがスマートフォン。“Phone”と呼ばれてはいるものの、実際は携帯型パソコンの1機能として電話がついているという代物です。火付け役となった「iPhone」を世に送り出したのは、かの有名なスティーブ・ジョブズですが、商品名に“Phone”を入れることで、スマートフォンの普及を加速させたことも、彼の最大の功績のひとつと言われています。

消費者も開発者も「革命的」だったアプリ配信サービス

現在「AppStore」と呼ばれているアプリマーケットは、約11年前にAppleが「iPhone 3G」の発売と同時にサービスを開始。Googleが運営する「GooglePlay」も、ほぼ同時期に「Android Market」としてサービスを開始しています。

「消費者」側からみて、これらの配信サービスはとても革命的で、自分の使いたいアプリを配信サービスから手軽に入手できるようになりました。これは今までのガラケーには無かったことでした。一方、「開発者」の側からみて革命的だったことは、「GooglePlay」や「AppStore」にアプリを公開することのハードルがとても低く、アプリを作る技術さえあれば誰でも参加できることでした。個人でアプリを開発し“ブチ長者”になった方も大勢いました。そこから法人化された方も多数。

世の中に新しい風が吹き始め、そんな時代の潮流に乗り、当時は正文舎の協力会社であった私たちの「麻雀昇龍神」の開発が始まりました。



会社の経営状況も悪くなっていきました。会社を去っていく仲間達を見送りながら、更に大きくなる私のダークサイド。

脱・受託思考

当時の私の役割は、頼まれた機能をアプリに実装することでした。売上が上がらないことに苛立つ一方で、売上が伸びないのは自分の責任ではないし、役割でもないと思っていました。このままではサービス継続が難しくなると思い始めた私は、売上が上がる方法を考えて提案するようになりました。頼まれたことだけをやる受託思考から変化していったのです。

それからというもの、今までに無かった楽しさと同時に、不思議と自信も湧いてきました。情報収集や分析結果を元に、小さな挑戦と小さな成功、失敗を繰り返し、徐々に売上が伸び始めた頃に「麻雀昇龍神」と共に、企業合併により正文舎へ転籍となりました。

やりがいを感じながら仕事に没頭する日々の中、私のダークサイドも一般成人男性の正常値にまで戻っていきました。

誠実に積み重ねる

毎日を誠実に積み重ねる。少しだけ挑戦してみる。その繰り返しで自分を強くしてくれるのかなと思います。「やりがいを感じない」「積み重ねても報われない」。私もそうでした。

それでも積み重ねなければ成長はありません。積み重ねた先にやりがいがあるということもあります。

誰かに頼りきりでも成長はありません。地道に誠実に努力する人には、自然と回りからの助けがあるでしょう。幸運にも私には多くの助けがあり、今でも助けられています。

アプリ開発をスタートしたもの

アプリ開発に関する知識がない状態からのスタートでしたので、最初は分からないことだらけでした。当時はネットにも十分な情報がなく、英語の公式マニュアルやアプリ開発本を読み漁り、情報を収集しました。それでも分からないところは、手探りで試しながら作りましたので、作業効率は最悪。長時間労働と思うように作業が進まないプレッシャーの中、開発を続けていましたので、私のストレスはMAXに。それでもなんとか完成し、Android Market（現：GooglePlay）にリリースしたのが8年前。完成した時は、達成感よりも、開放感の方が圧倒的に大きかったのを覚えています。

アプリ市場も急成長

「麻雀昇龍神」をリリースした頃、国内のスマートフォンアプリ市場は急成長していました。

2011年の市場規模は82億円、翌2012年は140億円にまで成長しており、2012年の国内、スマートフォン普及率は30%程度にまで達していましたので、3人に1人はスマートフォンを持つまでに普及していました。その後もスマートフォンは普及していき、現在では50代以下に限ればほとんどの人が所有しています。

アプリマーケットも、音楽や書籍、映画と扱う商品も増え、初めは参加することに否定的だった「家庭用ゲーム機」の開発を主としていた大手ゲームメーカーも、プライドを捨てて次々と参加し、より充実したマーケットに成長していきました。今現在も、日々新しいビジネスがアプリマーケットから生まれています。

麻雀昇龍神をリリースしたけれど

リリースした当初は月の売上が数万円でした。

「あんなに辛かったのに」

「儲かるって言ったの誰？」

報われない現実を、誰かのせいにしたくなるような思いがありました。それから1年経過しても満足できる売上には遠く及びません。私の中のダークサイドは、日に日に大きく……

▼「麻雀昇龍神」のダウンロードはコチラから



TOPICS



計 数 機

Text_Watanabe Mototsugu

2018年8月、弊社工場に、印刷用紙の枚数を数える計数機が新たに導入された。かなり前に一度導入の話はあったが、当時の計数機は、機械自体の欠陥とは言えないまでも、数え終わった紙の角が折れて出てくる、いわゆる“めくりクセ”がある状態だったので、それでは都合が悪いということで導入には至らなかった。しかし、この2~3年はオンデマンド（デジタル）印刷案件が増えてきており、デジタルプリンタ用に紙を断裁する頻度が増えたことと、2017年から受注している納品総枚数が「何十万」という仕事で「納品の梱包を2,000枚単位にしてほしい」とのリクエストがあり、それに対応するため計数機メーカーに相談したところ「新開発の計数方式で計数時のめくりクセがない」計数機があるということで、今回導入するに至った。また「働き方改革」や「業務の効率化」という課題もあった。



Photo : Himukai Atsushi

YouTubeで計数している様子をご覧ください。



<https://youtu.be/itvbNDIDwUO>



今回導入された「カウンtronAT」は、

計 数 速 度：0~1,500枚/分

計数可能用紙：64~400g/m² (55~350kg/四六連量)

用 紙 寸 法：最小100mm×150mm (官製はがき大)
最大546mm×788mm (四六判半裁)

用紙最大積載：高さ220mm

テ ー プ 挿 入：2~1,000枚毎任意

というスペックで大幅な作業効率のアップになっている。

それにより、他の仕事に早く取り掛かれるようになった。しかし、新しい設備なので、封筒などの取り扱えないモノがあったり、仕切りを入れる際の紙の調整、紙の厚みによる調整等、機能や調整方法など覚えなければならないことも多いので、誰もが必要な時に使えるように、私たちは日々研究をしている。

進化

毎朝、同じ時間に出社して、同じような仕事を
する。案件によって難易度が違ったり、納期が
違ったり、残業もあるから多少の変化はあるけれど、毎
日同じ場所で同じ人に会っている変わり映えのしない
日々。

ちょっと疲れたな。

そんな風に過ごしていると、変化がないと思込
んでしまい、いつの間にか変わること抵抗してしま
う。抵抗とさえ感じなく、変わらないのが常識になっ
ていく。いつの間にか何かを感じ取る「感性」も鈍
くなっていく。

経営者としては、こういう状態が一番怖い。なぜな
ら、会社の中は慣れていて仕事をしているので問
題はないように見えるのだが、会社の外は絶えず変
化しているからだ。

ほとんど変わらないように見える会社でも、働いて
いる人はいろんな理由で緩やかに入れ替わる。この
入れ替わる時が、自分たちの日々の仕事を見直すよ
い機会になると思う。本当は会社の中でも、わずか
かもしれないけれど変化しているのだから。それを自分
たちで敏感に感じ取る必要があるのだ。そして、変化
も時には必要とスタッフが実感しなければ、会社は成
長しない。

静かに自分自身の1年を振り返ってみると、
自分でも少し驚くくらい成長しているものなのだ。

そう言ってみると、スタッフはたいていこんな感じで
言う。

「いえ、全然です」

「そうかなあ」

「まだまだがんばります」

こういう答えが返ってくるのは、たぶん目標が高く、
まだそれに近づいていないと思っているからだろう。
向上心があることはいいことである。そして、立ち止
まって自分が進化したことをしっかり感じ取ることも
大事。

私が所属している部署で、6月にWebディレクターと
して30代の男性が入社した。いいタイミングだなと
思ったから、Web部門の会議で「みんな成長したの
がわかるかな」という話をした。

- 先輩のサポートがないとHTMLコーディングができ
なかったのに、デモ用サイトをひとりで作り上げた
- 管理職はむいてないと言っていたけれど、今ではど
うしたらスタッフの良さが生かせるか考えている

こんな風に私の目から見た変化
をひとりひとりに話したら、「ああ」
という顔つきになった。そして、みん
なの表情がちょっと緩んだ。

大人は赤ちゃんのように、目に見えて成長するわけ
ではないから、自分が変わっていることに気づかない
かもしれない。だけれど、毎日の行動を振り返ってみ
ると、ちゃんといい方向に変わっているのだ。
会社ももっといい方向に進めていきたい。



Photo_Adobe Stock

What's New! 社員手帳

みなさま、こんにちは。
ぼく、ぶらねっと。
今月は、ぼくが「社員手帳」
について紹介するよ。



ぶらねっと
©2008
syoubunsysa.inc

◀じゃーん!

これが**社員手帳!**

いいでしょー?

◀この**廃材の紙の山**から作ったんだよ。

信じられる?! 社長がいつか本格的な社員手帳を作りたいと言っ
ているんだけど、今回はそのお試し版。

ちなみに社員手帳の制作の様子を、ぶらねっとtwitterでちょっ
だけ紹介しているよ。ぶらねっとtwitterもフォローよろしくね♪

https://twitter.com/syoubunsysa_p



そして、気になる内容は、



今年度の全社目標



マンスリーカレンダー



方眼ノート



正文舎の企業理念

そして、ぼくの
お気に入りポイントはここ。
「バースデー」や「忘年会」等
全社的な行事が一目でわかるように
カレンダーに**イラスト**が入っているのだ。
ビールにケーキ!
わーい。



この社員手帳、お試し版なので
カレンダーが2019年の下半期分だけ
なんだ。

7月からはこれを使って残りの半年、
ぼくも頑張っていくよー!

送り仮名

まとめ

にほんごの知識
Text_Kurita Miyuki

07

「みんな経験はありませんか？ あなたは会議の日程を皆さんにお知らせすることになりました。そして、関係各位にメールを送るべく、パソコンに向かいます。」

“○月×日△時より、会議をおこないます。”

…はて、送り仮名は「行^う」かな「行^なう」だったけ？

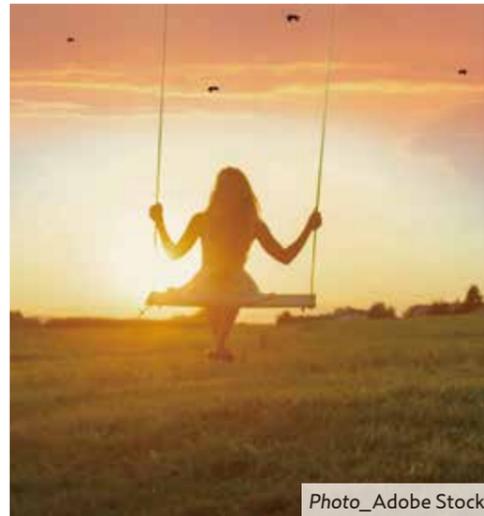
送り仮名にはもちろん、規則があります。単独（複数の言葉が組み合わさっていない）で活用のある語（動詞、形容詞、形容動詞など）は、基本、活用語尾をおくります。「おこなう」は五段活用の動詞。おこなわ（ない）・おこなお（う）、おこない（ます）、おこなう、おこなう（とき）、おこなえ（ば）、おこなえ、のように活用します。つまり、語幹が「おこな」ですから、「行^う」が正しいはず

では、「行^なう」は間違いでしょうか。いえいえ。次の語は、活用語尾の前の音節から送ることができるのです（昭和48年内閣告示第二号「送り仮名の付け方」通則1の許容）。

表す（表^わす）著す（著^わす）現れる（現^われる）行^う（行^なう）断^る（断^わる）賜^る（賜^わる）
「行^なう」もありましたね。つまりどっちでも良いのです。

ただひとつ問題があります。同じ文章や冊子で、表記にばらつき（表記ゆれ）が生じることです。さっき「表^す」と書いていたのに次は「表^わす」となっている。これは良い文章とは言えません。文章を書くとき、「ですます調」にするのか、「だ・である調」にするのか、気を配る方は多いと思います。同様に、文末だけでなく、送り仮名の統一にも気を配るべきです。

「表記ゆれ」に関しては、送り仮名以外の例も含め後日、またこのコラムで取り上げてみたいと思っています。



Photo_Adobe Stock

校正の現場から。

日本人はとて言葉省略します。「札幌駅」も私の若いころは「さっぽろえき」でしかなかったのですが、道民、特に札幌圏の方々には、今や「サツエキ」で馴染んでいますね。

英語でも省略はありますが、単語の頭文字を取って省略することが多く、日本語の省略の仕方とは全く異なります。日本語を英語式で省略するのがDAIGOさんということになりませんか??

さて、スマホをのぞいていたら、「コン」のつく省略語がとても多いという記事*を見つけました。エアコン、リモコン、ゼネコン、ツアコン、ボディコン、マザコン、合コン…。確かに多いです。そういえばこのコラムの冒頭にも「パソコン」の文字が。まだまだ「コン」のつく省略語はありそうですが、皆さんは何か思いつきますか？

*朝日新聞デジタルことばマガジン「こんなに色々、短縮語「コン」」坂井則之氏

<http://www.asahi.com/special/kotoba/archive2015/danwa/2011020400019.html>



Review of CLIENTS

お客さまトピックス

創業30周年
たくさんの方々に愛される
ショコラ専門店

30th
Chocolatier
Masále
Depuis 1988 Sapporo

わたしたちのお客さまの、今。

ショコラティエ マサール 様

◆創業30周年

札幌のチョコレート専門店の草分け的存在であるショコラティエ マサールは30年ほど前の1988年2月7日に誕生しました。

“ショコラを通じて世の中に感動を提供する”

このスローガンのとおり、ショコラティエ マサールのショコラは濃厚で上質。見た目もおしゃれで、札幌のスイーツ好きはもちろん、広く日本中のショコラファンから支持されています。

30周年となった2018年、マサールファンの方向けにいろいろなイベントが開催されました。

スイーツ教室イベントや、過去の商品のリバイバルリクエストイベント、ショコラプリントデザインコンテストイベントなど、どれもたくさんのファンの方のご応募がありました。

<https://www.masale.jp/news/#news20180613>

https://www.masale.jp/news/#news_revival

<https://www.masale.jp/news/#compe2018kekka>

また、従来の本店、札幌三越店、パセオ店のほかに、新千歳空港内にも2店舗出店され、その魅力は札幌にとどまらず、日本全国に広がっています。



正文舎とショコラティエ マサール様とのかかわり



2014年より、Webサイト、ECサイト、サーバの保守をお手伝いしております。季節ごとに商品展開も変わりますし、特にクリスマスやバレンタインはニーズが高まる時期です。タイムリーな情報発信のお手伝いできればと考えております。また、情報発信ツールの変化や表現技術など、日々変化するWebマーケティングの世界でファンを増やしていけるよう取り組んでまいります。

◀弊社が手掛けているWEBサイト

Review of CLIENTS

お客さまトピックス

Text_Ebina Mikiko
Provide Photos_Chocolatier Masale



◆創業までの道のり

ショコラティエ マサールの創業者である古谷勝氏は、50代以上の道産子にはお馴染みの「フルヤのウインターキャラメル」を世に出した古谷製菓創業者のお孫さんです。

古谷勝氏は、ホームページで下記のように語っています。

「私は北海道札幌市の菓子メーカーの末っ子として生まれ、小さい頃から甘いものが大好きな少年でした。父は私もその会社に入ることを望んでいたようですが、若気の反発心もあり、その方向には進まずに外資系の会社に就職しました。就職後ヨーロッパ出張の機会があり、私はパリのとある街角のショーウィンドウに黒光りするショコラを見つけ、試しに食べてみました。

その時です。鼻から眉間にかけて“ツーン”という、なんとも言えない香りと衝撃的な味が身体中を駆け巡りました。奥深い香りとも味わい、妖艶に黒々と輝く存在感。

“今まで食べていたチョコレートはなんだったのか?”

菓子メーカーに育った私もそれまで味わったことの無い味でした。その瞬間から私の頭は、ショコラの魅力に取りつかれ始めていました。私もこのショコラを故郷に広めたい! 日増しにその思いが強まりました。

幸いヨーロッパと北海道は同じような緯度に位置し、気候も似ています。菓子メーカーに生まれ育った直感でしょうか、北海道の素材を使えば、あの衝撃を受けたショコラにも引けを取らない最高のショコラが出来る! という自信もありました。

そして私とショコラの歩みが始まったのです。

1988年の開業当初、ショコラ専門店は無名で、専門店ならではの良さをご理解頂くまでには時間がかかりました。ただ、“本物を作り続ければきっと理解してもらえる!”という信念、そして数は少ないながら私の作るショコラを褒めてくださるお客様の声だけが頼りでした。

そんな私の信念をご理解いただき一日一日とお店に足を運んで下さるお客様も増え、皆さまに支えられ現在に至っております。

25年を経過した今も、厳選された材料だけを使い一粒一粒を職人の手で削り上げています。

初めて口にしたあの日のショコラの感動を忘れずに、これからも皆さまに愛されるショコラティエを目指し続けてまいります。」

北海道の人気スイーツブランドの一翼を担うショコラティエ マサール。これからも私たちの「特別な日」や「とびきりのひととき」に欠かせないショコラを届け続けてくださることでしよう。

ショコラティエ マサール

[本店] 〒064-0811 札幌市中央区南11条西18丁目1-30 TEL.011-551-7001



Homepage <https://www.masale.jp/>



Instagram <https://www.instagram.com/chocolatiermasale/>



Facebook <https://www.facebook.com/ショコラティエマサール-737992956215293/>



《 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
オリेंट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

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 オリेंट赤坂モートサイド805
TEL.03-5413-4016 / FAX.03-5413-4017

<https://www.syoubunsysa.co.jp>

創業85周年を迎えました。
私たちは、令和元年5月1日、



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。



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。

P-00023



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。

IS 618840/ISO 27001



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。

Publisher ■ Kishi Masahiro
Creative & Art Director ■ Narita Sadayuki
Chief Editor ■ Ebina Mikiko
A to Z Guest Writer ■ Tanaka Tomohiro
Topics Writer & Editor ■ Watanabe Mototsugu
New & Goods Writer ■ Shirafuji Saori
What's NEW! Writer ■ Planet
Focus on JAPANESE Writer ■ Kurita Miyuki
Review of Clients Writer ■ Ebina Mikiko
Editor ■ Honma Kazumi
Editor ■ Tokunaga Moe
Photographer ■ Himukai Atsushi
Digital Printing ■ Narita Sadayuki

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。