

読む



ビタミン

地域に根ざす工務店

・リフォーム店を元気にするビタミンです。

2020年4月号

今月のひと言

あなたに今必要なのは、どの「目」?

【3つの目】虫の目、鳥の目、魚の目で物事を見る。

3つの目とは物事の状況を判断する際に用いられる能力のことで、「虫の目」、「鳥の目」、「魚(うお)の目」。

1.虫の目

虫のように小さな目で物事の状況を見てみる。(ミクロ世界)

2.鳥の目

鳥のように上から俯瞰して(鳥瞰図)物事の状況を見てみる。(マクロ世界)

3.魚の目

魚の特徴を活かした能力です。その魚の能力とは、「潮の流れを読む」、つまり時代や市場の流れを読む。

コロナ日常から、新しい発想が欲しいときには。

時代がどちらに流れているか、これからどう流れていきそうか(魚の目)を意識しながら、細部にこだわらず全体像をとらえ(鳥の目)、さらに普段見過ごしている細部に注目する(虫の目)。

行ったり来たりしながら考えてみることをおすすめします。

正反対に見る「コウモリの目」もプラスして、

ゲーム感覚でこれからの行方を想像してみませんか。

コウモリが逆さまにぶら下がっている様子から、物事を反対で捉えることを「コウモリの目」と言います。

不易流行

「好きこそ」

早いもので、私のプロムナードも最終回。半年間、拙いコラムにお付き合いくださった読者の皆様には厚く御礼申し上げます。実は、この連載をはじめにあたって、自分だけに課したテーマのようなものがあつた。担当の記者さんから「あまり、専門のことばかりに偏らず、豊富な話題で……」とご要望を受けて、「ならば、『好きなもの』について書いて」と思ったのだ。もう少し詳しく書いて、家族友人とか、古典芸能とか、旅とか、目に見える『好き』ではなくて、それらをなせ好きになつたのか、なぜ今も好きなのか、好きなものの向こう側にある『感情』について、25回かけて書いてみようとした。

物心ついた時から、私には、「好きなものがない」という時期はなかった。対象は歳とともに移り変わりはしたものの、常に何かのトリコになってきたように思う。私の父親は温和な性格で、厳しくしつけられたという記憶はあまりないのだが、唯一「好きなものには妥協はするな」ということだけは強く教えられた。今考えれば、興味のあ

「好き」の終着地

ることも、ないことの落差の激しい息子を案じてのことだったのかも知れない。

プロムナード

芸術系の大学へ進学が決まった時、親戚のおじさんに「芸術で食べていくのは難しいで……一番好きなものは趣味に取って置いて、二番目に好きなものを仕事にするのが、幸せなんやけどな……」と言われたことがあ



る。その時は、「素直に喜んでくれてもいいのに」といざさか中っ腹だったのだが、今となつてはよくわかる。酒が飲めず、スポーツにも興味のない私には、今、趣味というものが無い。芝居を観ても、本を読んでも、旅行をしても、すべて仕事に直結してしまふ。趣味と仕事の境目はいつの間にか跡形もなく消え、息を抜くタイミングがなくなっているのだ。

木ノ下 裕一

よく「好きなことを仕事にできていいですね」などと言われるが、好きだからこそ妥協できないこと、好きなものを貫くために我慢しなければいけないことも多くあることを知った。そんな身の上を呪いたくなる局面だつてないとはいえない。

そして、好きなものを、正しく好きでこつこつやる。実はとても難しい。探求することをサボればすぐに飽きがきてしまふ。「好きなものが好きな、自分が好き」という不純な自己愛にすり替わつた瞬間、純真であつたはずの『好き』のカタチはたちまち醜く歪んでしまふ。自己などというつづっぱけなものも消滅させて、ただ『好きなもの』のために働くという意識が必要なのかもしれない。そ

の時に支えになってくれるのが、好きなものの向こう側にある『感情』だ。なぜ好きなのか、なぜ好きになつたのか、その原点を、折に触れて、思い出し、気持ちを新しくしていくことの方がよくなる。

坂口安吾の小説『夜長姫と耳男』のラストにこんなセリフが出てくる。

「好きなものは呪うか殺すか争うかしなければならぬのよ。……」

好きなものとの戦い。それは究極、自分との格闘だが、その最中にちらちらと垣間見える、見たことのない世界。見慣れたはずの『好きなもの』が全く新しい顔をして、そこにぽっかり、完全なカタチで浮かんでいる。「だから好きだつたんだ……」。不思議なことだ、それは「新しい自分の姿」でもあるのだ。

(木ノ下歌舞伎主宰)

TEAM会援隊の広告です。

広告宣伝が嫌いな会社さま、苦手な会社さまへ。 OB施主や近隣エリアの方々から選ばれ必要と され、結果受注に結び付くコミュニケーション ツール「定期情報誌」をご活用になりませんか？

▼DM用挨拶状付き(A4片面)

ホワイトデー、まずは「見た目」でインパクトを。

挨拶

いつもなにかとご愛顧、お引き立てをいただき、誠にありがとうございます。
今月も生活提案情報誌「物を大切にしよう新聞」の最新号(2020年3月号)が出来上がりました。
さてバレンタインのお返し。ターゲットは女性なので、やはり品選びの第一候補は女性が大好きな「チョコレート」からアプローチ。
いまはネットでいろんな商品がみられ、とにかく見た目で見えてみてはいかがですか。ポイント「華」があること。
ひとつはまさしく「花」。

箱を開けるとスイートな薔薇がいくつも散りばめられており、

高齢者が増えている現代社会において、
フレイルに早く気づき、正しく予防することが大切。
目的は「健康寿命を延ばす」

介護予防のキーワード「フレイル」



フレイルとは、「加齢により心身が古い衰えた状態」のことで、健康から要介護へ移行する中間の段階と言われています。具体的には、加齢に伴い筋力が衰え、寝れやすくなり家に閉じこもりがちになるなど、年齢を重ねたことで生じやすい衰え全般を指しています。高齢者のフレイルは、生活の質を落とすだけでなく、さまざまな合併症も引き起こす危険があります。

フレイルを予防&改善するには

バランスよく食べ、「低栄養」を防ぎましょう。
特に高齢者の場合、やせすぎにはご注意ください。それは死亡率を高めるリスクがあるから。

なによりも「口腔機能」をしっかりキープ！
それには「歯周病にならない」+「噛む力を保つ」+「飲み込む力を保つ」ことから。

- 噛みごたえのある食品を積極的にとり、噛む力を鍛えましょう
- 正しいブラッシングを行い、定期的に検診を受けて歯周病を防ぎましょう
- 舌や頬、口周りの運動を意識して行いましょう

食べこぼし、むせ、活舌の低下などは、口腔機能の軽い衰え。これは「オーラルフレイル」の始まりです。フレイル対策の予防もこれから少しずつお知らせしていきます。*公益財団法人長寿科学振興財団(HEP)・京都府配布物参照

▲A3 両面



サンプル
さしあげます。
お電話ください。
090-2745-7935
早川まで

この「物を大切にしよう新聞」は、約20年前、世の中でにわか「リフォーム」が騒がれた時分から、会援隊が毎月発行し続けてきた定期情報誌です。「リフォーム＝物を大切にすること」と定義付けし、その想いをダイレクトにタイトルとしました。売込み情報を一切排除し、常に身近な存在であることとお客様との良好なコミュニケーションを継続し続けるためのツールです。

データを配信しますので、ダウンロードしてご活用頂くのですが、PDF、イラレの他に、Excelもご用意しておりますので、自社情報掲載のカスタマイズも簡単にできます。詳細はWEBにてご確認ください。

物を大切にしよう新聞 検索

自社の想いと強みでできることはまだある。それはリノベーションや大規模リフォームだ！

リノベーション受注のアイデア

8選

VOL 3

アイデアの1 商品をつくる・後編

空間提案商品のイメージができれば、販売するためのツールを作成しましょう。

●商品パンフレットをつくる

お客様に手渡しできるパンフレットを作成しましょう。いくつか複数のプランがあるなら商品集になります。

しのごの解説するよりパンフレットの例をビジュアルでお見せしますので、これを参考に試してみてください。

(A4 / 4ページで構成)

■表紙

タイトルとイメージ写真などでスッキリと。ワクワクと興味を持ってもらえればいいので、くどくど書かない方がいいでしょう。

■中面左

参考となる平面図を中心に、まずは施工事例やイラストで暮らし方がイメージできるようにしましょう。大切なのは「想定するターゲットが興味をひく内容」のもので構成してください。

工務店だからできる至福の空間リノベーション

庭とつながるリビング



.....

SAKAMOTO KOMUTEN

庭とつながるリビング こんな暮らしが楽しめます

.....



孫と一緒にいる場所の幸せ

.....



■中面右

左ページと同じ平面図を中心に、設備や仕様をプレゼンボードのように配置します。そして参考となる工事内容、工期、そして参考価格を明記します。お客様にとっては、詳細の価格よりもまずは参考になるものがあればいいのでおおよその価格を出してください。

庭とつながるリビング お勧めの設備&建材

インテリアになるキッチン

無垢のフロア

断熱内窓インプラス

調湿、消臭の壁 エコカラット

もう一つのリビング ガーデンルーム

玄関ドア リシェント

参考工事内容	参考工期	参考価格
.....	5,240,000円
.....
.....
.....

■裏表紙

エンディングのページですので、このサンプルに限らず、自社の想いや特長を書いてもいいでしょう。理念、業務内容、保有資格などは抑えておきたいところです。

施工事例紹介 / 少しですがご紹介させていただきます。

スタッフ紹介 / 快適空間リノベは私たちと一緒に。

SAKAMOTO KOMUTEN

●ホームページのコンテンツとして

つくったパンフレットのデータをもとにホームページで大きめにあつかって紹介しましょう。このようなものはあまりないので、差別化もできますし、自社の強みをアピールすることができます。

いっぺんにたくさんの“商品”はつukれないでしょうから、少しずつ増やしていくとよいでしょう。

5、6つと増えればそれなりに説得力が増します。

そして「この工務店はこういうリノベが得意なんだな」と好印象が深まるでしょう。

