

メビウス Member's Press

■講義ダイジェスト 営業コミュニケーション力を磨く

■今月のニュース&データコンパクト

■経営者のためのインフォメーション

■会員お仕事紹介 Hair & Relax Reverb 福地 光子さん

メビウス主宰
浅沼 公子

主筆からのメッセージ

曲がり角をまがった先に・・・

赤毛のアンと村岡花子

「ごきげんよう、さようなら」

NHK朝ドラ『花子とアン』。ドラマの終わりは、低い鼻濁音で、ややかすれた広がりのあるナレーションで「ごきげんよう、さようなら」を告げる。「ごきげんよう、さようなら」。わずか11語、美しく優雅な言葉である。

- ・ある日は沈痛な響きで、明日の悲しみを。
- ・ある日は、喜びと希望に満ちて明るい明日を予感する。
- ・ある日は、悲しみに打ちひしがれ、明日に立てるのか不安に・・・。
- ・ある日は、戦争の恐怖におののいて、次の運命を厳しく受け止める。
- ・最終回。「ごきげんよう、さようなら～」と長く伸びた語尾に余韻をもたせた。

11語。これほどに15分の場面を包み、明日につなげ、心に残るイントネーションをかつて聞いたことがない。美輪明宏 80歳。昔の言葉や丁寧語を力まずに日常的に使っているのは、美輪さん以外にはいない。それがナレーションに決まった理由という。（週刊朝日 2014.9.5）

花子の生涯 ～ 女性の活躍

ご覧になっている方も多いただろう。『花子とアン』。これは翻訳者 村岡花子（1893（明治26年）～1968（昭和43年））の生涯をドラマ化したものである。その生涯は、貧困の中から花子の才能を発見し一家の力で東京の女学校に出した父の決断によって才能が花開いた。明治、大正、昭和と古き良き時代に、大きな歴史の転換点の中を強く優しくしなやかに、波乱に満ちた人生を、いつも夢中で駆け抜けた花子。9月21日最終週となった。

豊かな想像力と勇氣に満ちた珠玉の言葉の数々

花子の翻訳書の代表作は昭和62年出版された「赤毛のアン」である。これは1300万部という超ベストセラーとなった。孤児院で育ったアンは、赤い髪のやせっぽっちの女の子だった。アンはいつも夢を見ているような、豊かな想像力があつた。その空想力はとびぬけていて、アンの言葉に周囲の人は勇気づけられ明日への希望を持った。

赤毛のアンのセリフに、「自分の道は真っ直ぐに、伸びた道の様に思えたの。ずっと見通せる気がしたの。ところが今、曲がり角に来たの。曲がり角を曲がった先に、何があるのかはわからないけれど、でもきっと、一番良いものがあるに違いないんだわ。」なんという想像力と勇氣に満ちた言葉であろう。またアンは、「女の子は、その必要が起ころうと起こるまいと独り立ちができるようにしておいた方がいいと思うの。」これは、今に生きる言葉ではないか。

ドラマのセリフに、秀和女学院校長、ミス ブラウンが、「最上のモノは、過去にあるものではなく、将来にだけある。旅路の最後まで、夢と希望を持ち続け進め。すべての悲しみを強さに代えなさい。」と、花子に言われている。花子は75歳の強く優しい生涯を生き、生まれは貧しくとも、常に明るく純粹に前を前をと進む強い性格であった。

多逢聖因

多逢(たほう)聖因(しょういん)という言葉がある。良い商品を持っていると、必ず良い人に巡り合い良い結果が生まれるという。村岡花子、その人であろう。多逢聖因。この4文字は、ビジネスの指針となる言葉でもある。

「稼ぐ営業・売れる営業」となるための 営業コミュニケーション力を磨く



9月17日、太田商工会議所にて、株式会社ビジネススキル研究所 代表取締役 鶴田慎一氏をお迎えし、メビウス158回『「稼ぐ営業・売れる営業」となるための営業コミュニケーション力を磨く』講義を行いました。

鶴田先生は、25年以上に亘って『居眠り受講者ゼロ』記録を更新中。講義はとても情熱的。受講者の方々は先生の魅力に引き込まれ、講義時間があっという間に過ぎてしまった様子でした。では、講義の一部をご紹介します。

まずは基本の徹底！

「営業」と一言と言っても、業種が違うだけで営業形態も変わってきます。しかし、基本は同じ！まずは基本の徹底が大切です。

(基本の一例)

業務知識・商品知識

まず、自社の業務・商品・技術をしっかりと知しましょう。

営業に行っても「役に立たない」と思われては、相手にしてもらえません。そのうちに覚えよう・・・ではダメ。

ここを手抜きをしていたら、永遠に営業は楽になりません。

そのためには、社内勉強会を開くなど、知識を徹底強化しましょう！



▲株式会社
ビジネススキル研究所
代表取締役
鶴田 慎一 氏



▲真剣にメモをとる
受講者の方々

声・あいさつ・滑舌

声や言葉がはっきりせず、「何を言っているのか」「何を言いたいのか解らない」と感じたら、お客様は話を聞く気が無くなってしまう。

声・あいさつをしっかり、はっきり、滑舌よく話すことが大切です。

「ニーズへの共通認識」と「ポジティブ・トーク法」

「あ一言えば」「フォー・ユー」

お客様に「オタクの商品は高いね」と言われたら、あなたはなんと答えますか？

「そんなことはありませんよ！うちの商品はこちらがすごいんです！」と、

「あ一言えば」「こう言う」といった、反論型になっていませんか？

もしも、「高いね」と言われたら、「少しお高めにお感じになるかもしれませんが、実はうちの商品の特徴は、～なんです。きっとお客様のお役に立ちます」など、ネガティブに対しては、ポジティブで応対してみませんか。

「あ一言えば」「フォー・ユー」。お客様の歩調にあわせてみましょう。

証拠の準備

自社の商品を紹介するのに必要な『証拠』を常に携帯していますか？（ここでいう証拠とは、現物・サンプル・記事のコピー・資料・写真など。）

現物や商品の素晴らしさの根拠（証拠）を見たお客様は、購買意欲をかき立てられます。

一度、営業マンを集め、「カバンの中に何が入っているか？」

「共通して持っているものは？」など、確認してみましょう。

営業に必要な『証拠』の一覧を作成し、しっかりとそろえましょう。



成功率を高める習慣

お客様との商談後、『価値ある約束』をもらってることが重要な成果です。

次回のアポイントを取る時は、日にちと時間だけではなく、**次回の訪問目的と、**

所要時間を先方にお伝えして、約束をしましょう。

お客様は、何の目的で来るのか分からない、忙しい時に長居をされても迷惑だから、来なくてもよい。と思うかもしれません。

「次回は、〇〇のお話をさせていただきたいので、〇分ほど、お時間をいただけないでしょうか？」。この一言を習慣化することが大切です。

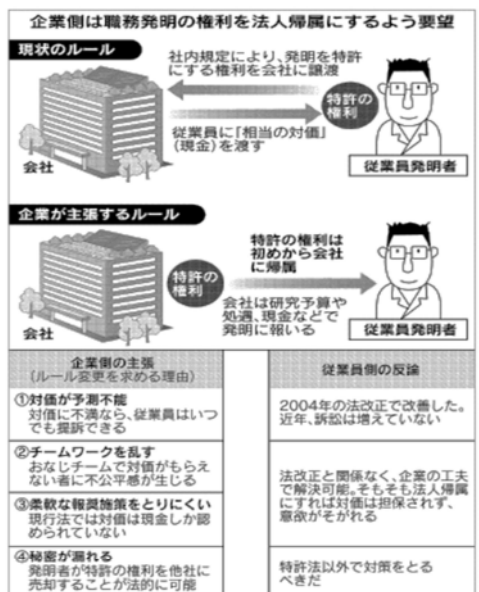
「鶴田先生にもっと早くお会いしたかった」「とても有意義な講義で、あっという間だった」「明日から実践したい」など、受講者の方々から感謝の声が多く寄せられました。鶴田先生ご出講いただき、ありがとうございました。

職務発明の帰属、議論難航

特許の権利

2014.8.18 日本経済新聞

企業の研究者などが仕事で生み出す「職務発明」の帰属を巡り、特許庁の小委員会の議論が難航している。企業の競争力向上を目指す政府の方針を受けて、職務発明を現在の「従業員のもの」から「会社のもの」へと転換できるか審議している。企業側と従業員側の委員の間で意見は真っ向から対立。目標とする今年中に結論が出るか不透明だ。抜本的な法改正には決め手が足りないと感じた特許庁は、折衷案を提示。発明者に権利がなくても報奨金や処遇で報いる基準を示し、それを同庁が「審査・認定」した企業だけに職務発明の法人帰属を認めることを検討するという内容だ。



不当解雇 金銭補償で解決

政府が検討着手

2014.8.24 日本経済新聞

政府は裁判で認められた不当な解雇を金銭補償で解決する制度の検討に入る。解雇された労働者が職場に戻る代わりに年収の1～2年分の補償金を受け取れる枠組みを軸に検討を進める。労働者が泣き寝入りを迫られる現状を改めつつ、主要国と金銭

日本は金銭解決制度の導入が遅れている

	補償金による解決	上限	特徴
米 国	○	なし	人種や性別差別による解雇は上限約3000万円
英 国	○	年収1年分または約1300万円	人種や性別差別による解雇は上限なし
ドイツ	○	1.5年分	勤めた期間や養う家族の人数も考慮
イタリア	○	2年分	勤めた期間や企業規模を考慮
日 本	×	—	裁判外の手続きでは10万円～100万円ほど

出所) 英フレッシュフィールズブルックハウスデ
リンガー法律事務所

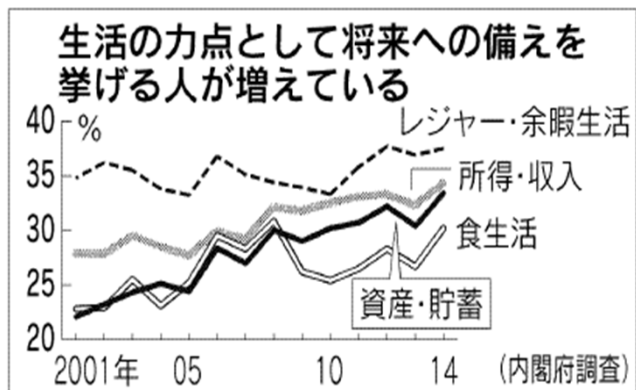
解決のルールで足並みをそろえる狙いだ。具体的な制度作りは難航しそう。解雇が多い中小企業の負担が重くなる。水面下では企業規模に応じて目安を設ける案もあるが、経済界が同意するか微妙。労働組合も解雇が増えるとみて反対する公算が大きい。雇用規制の見直しは、海外に比べ遅れが目立つ。「ホワイトカラー・エグゼンプション」の導入も検討。2016年の春の導入を目指す、実現には曲折がありそうだ。

生活の力点、「貯蓄」伸びる

将来に備える意識

2014.8.24 日本経済新聞

「国民生活に関する世論調査」で、今後の生活で何に力を入れるかでは「レジャー・余暇生活」が37.5%と最も多く、前年比で0.6ポイント上昇。「所得・収入」(34.3%)「資産・貯蓄」(33.4%)が続く、それぞれ前年より伸びて過去最高になった。将来に備える意識が高まっている状況もうかがえる。悩みや不安内容のトップは「老後の生活設計」が過去最高。政府への要望では「医療年金等の社会保障の整備」が68.6%で最多だった。「高齢社会対策」や「少子化対策」と答えた人の割合もそれぞれ上昇した。



契約ルールで消費者保護 民法改正、原案

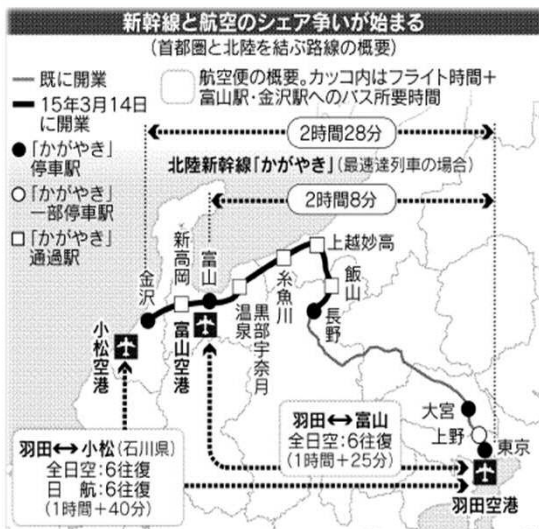
2014.8.27 日本経済新聞

法制審議会の民法部会は、消費者や企業の契約ルールを定める債権関係規定(債権法)の改正案をまとめた。長引く低金利やネット取引の普及などをふまえ、消費者保護に軸足を置いて見直した。民法改正案の柱の一つは、**低金利時代に応じた金融面での消費者保護**。民法が定める利率(法定利率)を現行の5%の固定から3%に引き下げ、その後は3年ごとに1%刻みで見直す変動制の導入を盛り込んでいる。**利率引き下げ**は交通事故の被害者に支払う**損害賠償の増額につながる**。自動車保険の**保険料に影響**もでると思われる。法制審は来年2月、法相に正式に答申、法務省は通常国会に**民法改正案を提出する方針だ**。

契約ルール こう変わる (○メリット ▲デメリット)	
法定利率	今 5%の固定金利。支払いが遅れたときの未払金に罰金がかかり、上乗せ金利が割高
	改正案 まず3%に。3年ごとに1%刻みで見直し
	◎上乗せ金利も実勢に近く ◎交通事故で取り取る保険金が増える ▲自動車保険料は値上げも
運賃保証	家族が保証人になり自己破産のケースも
	経営者以外の保証人は、保証人が同意を確認
	◎家族が安易に保証人になりにくく ▲融資条件が厳しくなることも
時効	飲食店の「ツケ」は1年、診療代は3年などまちまち
	◎5年に統一
	◎わかりやすくなりトラブルが減る
賃貸マンションの契約保証人	保証人が自らの限度額を定め、契約が一般的
	限度額の規定を義務付け
	◎借り主の失火や自殺で、保証人が法外に高額な賠償を負うのを防ぐ
欠陥商品	民法上は損害賠償請求が契約解除
	修理や代金減額の請求も明記
	◎消費者の対処方法が広がる

新幹線VS.航空 北陸の陣 飛行機乗継強化

2014.8.28 日本経済新聞



東日本旅客鉄道(JR東日本)と西日本旅客鉄道(JR西日本)は、来年3月14日に**北陸新幹線を開業**すると発表した。東京ー長野を金沢まで延伸して**2時間28分に短縮**する。首都圏から北陸地方には航空機を使った移動が多かったが、**開業で人の流れは大きく変わる**。北陸地方はアクセスの良い関西経済圏との結びつきが深い。しかし、関東からの足を運ぶのが容易になることで、**経済圏の構図が変わる可能性もある**。また、JRと航空会社で**激しい顧客獲得競争**が繰り広げられそうだ。

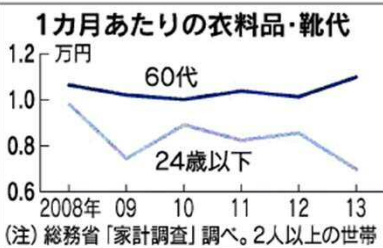
◇衣料、シニアの好み刺激◇

2014.8.30 日本経済新聞

世代人口増・市場けん引 固定客を開拓

商品衣料品関連企業がシニア女性向けの品ぞろえを増やす。イトキンは2015年に60歳前後向けのブランドを立ち上げる。イオンや通販大手のディノス・セシールは70代向けを広げる。シニア世代は若い頃からファッションに関心が高く最近の若者よりもお金をかけている。各社は**体形が変化してもエレガントに見せる技でおしゃれ心を刺激して固定客づくり**につな

加齢による変化に対応



げる。シニア女性の**ファッションへの支出は堅調**だ。衣料品靴代の1カ月の支出を見ると60代は13年に1万993円と12年比8%増。20代向け衣料の伸び悩みも各社がシニアを強化する背景の一つ。**シニア女性が衣料品市場のけん引役**となりそうだ。



育児休業給付金の拡充

少子高齢化の進展による労働力への対応等から、産前産後休業および育児休業にかかる諸制度の整備が進められています。その1つとして、今回、**雇用保険の育児休業給付金の拡充**が行われました。

① 育児休業給付金の支給率

育児休業給付金は、原則、**子供が1歳になるまで**の育児休業期間中について、その期間の所得補償を目的として、雇用保険から被保険者本人に支給されるものです。

その支給額は、従来、休業開始前賃金の50%とされていましたが、**平成26年4月1日以降に開始**する育児休業より、休業開始後**180日間**については支給率が**67%**に引き上げられました。なお、休業開始後**181日目以降**については、従来通り、休業開始前賃金の**50%**となります。

育児休業給付の申請は**2ヶ月に1回**となっているため、申請のタイミングによっては67%の支給率を適用する日と50%の支給率を適用する日が混在する場合がありますので、注意が必要です。

② 育児休業所得中の人への対応

この法制度は、平成26年4月1日施行ですので、すでに**平成26年3月31日までに育児休業を開始**している被保険者の取扱いが問題になります。これに関しては、すでに受給した日数にかかわらず、**育児休業の全期間**については、**従来通り、休業開始前賃金の50%**が支給されることとなります。

育児休業開始時期	支給率
H26. 3. 31日まで	⇒ 一律50%
H26. 4. 1日以降	⇒ 休業開始後 180日目まで67% 181日目以降50%

③ 受給する際の注意点

育児休業給付金の支給対象期間中に賃金の支払いがある場合、支払われた賃金の額が休業開始時の賃金月額**の13%を超えるときは育児休業給付金が減額**され、また**80%以上の時は、育児休業給付金が支給されない**こととなっています。

また①で示すように、申請のタイミングにより支給率が混在することがありますので、**制度について事前説明**しておくことが求められます。

出産・育児関連の法改正としては、「産前産後休業期間中の社会保険料免除」が実施されています。新しい取扱いや制度変更が行われていますので、最新情報を確認しておきましょう。

ご不明な点は、事務局にお尋ねください！

◆お問合せ先：NPO法人 女性のためのビジネススクール メビウス事務局◆
(栃木県足利市本城2-1901-8 アサヌマビジネスサポート内)

TEL:0284-41-1324 FAX:0284-41-1340

メビウスは、あなたの会社の
強力サポーターです
個別相談

経営には確かな

アドバイザーが必要です。

ビジネスのあらゆる課題に、

豊富な知識と経験で

あなたの身近な強い味方。

ご相談をお伺いするのは…

主宰：浅沼 公子 又は

顧問：関田 恭裕 です。

〈相談日〉 **10月16日(木)** AM10時
～PM5時

〈場 所〉 ㈱浅沼経営センター足利本社

〈料 金〉 無 料

締切り 10/10

〈ご相談のお申込み〉

お電話：0284-41-1324 Mail：office@bs-mebius.net

～マイ・デスク～
わたしの相談

女性のライフステージの変化…

マネープラン見直しのタイミングです。

生命保険のご相談…管理台帳を作りましょう

マネー・ライフ プランのご相談

ご相談をお伺いするのは…

主幹：三上 洋子です。

〈相談日〉 **10月21日(火)** AM10時
～PM5時

〈場 所〉 ㈱浅沼経営センター足利本社

〈料 金〉 無 料

締切り 10/17

My SELECTION

～私のオススメ！～



～ 秋の贅沢 木曽路の四季～
「栗きんとん」



栗の収穫が始まる9月からの楽しみといえば、「栗きんとん」。

みなさん、「栗きんとん」をご存知でしょうか。

「知ってる！」という方、それはおせち料理に入っている、ねとねとした「栗きんとん」ではありませんか？

いえいえ違います。岐阜県東濃地方の銘菓で、栗を使った高級和菓子の「栗きんとん」です。

材料は栗と砂糖のみ。水も加えません。蒸した栗の実をこし、砂糖を入れて炊きあげます。最後に茶巾で包み、もとの栗の形にもどすように絞り、完成です。

ほとんどの工程が手作業で行われる繊細な逸品に、田舎の素朴さと、深い秋の味わいを感じることが出来ます。

販売期間は9月～12月あたりまで。インターネットでも注文ができます。ちなみに1つ220円前後。少々高めですがこの時期にしか味わえない秋の味覚、ぜひご賞味ください。

<http://kurikinton.info/>に詳しく紹介されています。



メビウススタッフ 大島満枝子

サービス業（美容室）

Hair & Relax（ヘア&リラックス リバーブ）

Reverb 福地 光子さん



【右から2番目が福地光子さん】

リバーブは「くつろげる空間、ゆったりとした時間、自分らしい美しさを実感していただきたい」という想いの詰まった美容室です。お客様の
ご要望を第一に考え、「一緒にヘアスタイルを
創る＝コラボレーション」を大切にしています。
ヘッドスパやストカールなど確かな技術
で心ゆくまでの満足感をご提供いたします。
ちょっと贅沢な癒しの空間であなたらシサを
磨きませんか。笑顔が笑顔を呼ぶサロンです。

- ♥ 運転苦手でも安心！ 広めの駐車場を完備。
- ♥ 子供連れでも安心！ チャイルドスペースあり。
- ♥ スタッフの技術向上と笑顔がモットー！



リバーブは「くつろげる空間、ゆったりとした時間、自分らしい美しさを実感していただきたい」

〒326-0338 栃木県足利市福居町 175-3

TEL : 0284-64-7880 FAX : 0284-64-7880

E-Mail: reverb_hair_relax@yahoo.co.jp

極上生トリートメント＊ホームケア付

《たおやかで、ツヤのある、輝髪へ……》

★ 夏のダメージ集中ケアしたい方

★ こまめにカラーをされる方

★ クセやダメージでまとまりにくい方

★ 超音波＋イオン導入で浸透が劇的にUP!!

★ サロン帰りの手触り続く

2ヶ月分のホームケアトリートメント付



通常

¥5,616

リバーブ3周年記念

➡ ¥4,320

この機会にぜひ実感してください！

《アクセスマップ》



【受付時間】

平日 10:00～19:00

日・祝日 9:00～17:00

定休日：毎週火曜日（予約優先）



コラム 辛口甘口こんなこと

「あなた」探し

指先はしなやかでツルツル、爪はピカピカに磨かれ、透明マニキュアまで塗った男性を見かけるようになった。聞けば身だしなみのひとつであり、今時当たり前のことだと言う。清潔であるのは当然としても、「男はいい意味無骨であるべし」「男は黙ってサッポロビール」派の私にとっては、おしゃれで完璧すぎる身だしなみの男たちが苦手だが、「ビジネス」「新市場」という観点で見ると、なかなか有望で面白い半面、ただ事ではないぞ、と感じる。

この夏、目を引いた（むいた？）のは日傘を差す男性だ。昨年から40～50代中心に人気を集め、じわじわと若年層に支持が広がり、デパートでも男性用日傘は売上2割増。初めてその姿を見たときは何かの勘違いかと思ったがもう驚かない。「敏感な人なんだ」とチラと見るだけだ。

最近耳にしたのは「美白男子」。輝くような白い肌を求めている若い男性陣だ。きっかけは、女性向けシミ対策化粧水とクリーム。男性購入者が1割近くいることが調査で分かり、ピンクのパッケージを男性が手に取りやすい黒色にして発売したところ予想を上回るヒットになった。中学生から50代男性を対象としたアンケートでは、約10年前と比較し、肌を白くしたい男性は3倍の15.4%、透明感のある肌を求める男性も24.8%に達した。メーカー各社では、美白市場は今後さらに拡大すると見ている。かつて男性が手に取るのは、「にきび予防」と「育毛剤」くらいだったのとは大違いだ。

従来の女性男性という考え方には限界が来ている。「30代～仕事も自分も私らしく」「子育てもひと段落。これから自分時間を楽しむ貴方へ」「男として父として生きる40代」などターゲットをより具体的に細かくすることでメッセージ性は強くなる。一方、人間は「あなたのためのもの」に弱い、この「あなたのため」が的を射ていなかった場合、そのマーケティングは残念な結果に終わる。事業には必ず費消の「相手」がいる。「相手」を知るのは全てにおいて難しい。主幹：三上 洋子