

政労使合意をご存知ですか？

政府や日本商工会議所などで構成する「経済の好循環実現に向けた政労使会議」は、下記の通り、価格転嫁などに関する取り組みについて合意しております。

「経済の好循環の継続に向けた政労使の取り組み」(平成26年12月16日政労使合意)の主な内容

・好循環継続に向け、政労使が一致協力して取り組むことに合意。

政府の環境整備の取り組みの下、経済界は、賃金の引上げに向けた最大限の努力を図るとともに、取引企業の仕入れ価格の上昇などを踏まえた価格転嫁や支援・協力について総合的に取り組む。

・上記の政労使合意をさらに強力に推進するため、価格転嫁やサービス業の生産性向上に向けた取り組み策を決定。

取引先企業の仕入れ価格の上昇などを踏まえた取り組み

(経済界による総合的取り組み)

- ・日本経済団体連合会は、取引先企業と原材料費の騰落や財・サービスの需給変動に基づく損益の分担方法などをあらかじめ合意するなどにより価格転嫁を含めて適正な取引価格が形成されるよう、全国各地の会員企業への直接的に呼びかける。
- ・上記活動を行う中で、取引先企業に対し、生産・運営管理・人的資源管理など生産性向上に向けた支援・協力、共同での技術・製品開発など高付加価値化に向けた支援・協力などに努めるよう、会員企業に対して勧奨する。

(政府による対応)

- ・今後、産業界に対して、下請取引ガイドラインに沿った取引を行うよう徹底して要請する。
下請取引ガイドライン⇒<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/guideline.htm>
- ・下請け代金法に基づく監視、取り締まりを強化する。

電気・燃料の使用量、CO₂排出量が見える化できるツール「CO₂チェックシート」(改訂版・無料)をご活用ください

「CO₂チェックシート」は、毎月の電気代や使用量などを入力すると自社のCO₂排出量が自動的に計算され、簡単操作でグラフ化できるエクセル形式の無料ツールです。

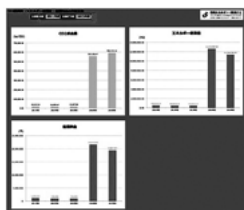
今回新たに照明設備を蛍光灯からLEDに設備更新した場合の、「コスト削減効果」や「CO₂排出削減効果」をシミュレーションできる機能を追加しました。

省エネや節電の企画・実行に人員を割く余裕やノウハウのない中小企業や小規模事業者の皆様にも手軽にご利用いただけます。ぜひご活用ください。

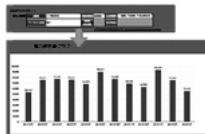
⑤シミュレーションシートで、蛍光灯からLEDに設備更新した場合のコスト削減効果やCO₂排出削減量をグラフ比較できます。蛍光灯の年度期間、LEDに設備更新した場合の年度期間を設定し、業種、地域を選択します。



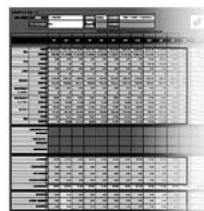
④年度比較シートで、指定年数分のデータ推移を表示できます。



③数値入力した項目を選択するとグラフ化します。



②会社名と年度、エネルギー種別に毎月の使用量、料金を入力します。主な時間帯、電気事業者も選択します。



①年度ごとのシートで分かれています。該当年度のシートを選択して下さい。



詳細はホームページをチェック！ <http://eco.jcci.or.jp/>

ホームページであなたの企業の売上アップ！

- ▶ 個性的なホームページにしたい
- ▶ 検索結果で上位表示させたい
- ▶ 定期的にメンテナンスしたい

悩み

解決します



- ・ホームページ制作
- ・販売・生産管理システム開発なら

ティ・エス・ネットワークス株式会社

0294-26-7271

<http://www.tsn.co.jp/>

〒317-0073 日立市幸町1-3-8

mail: tsnet@tsn.co.jp

リレー随想

No.193

『あかるいちから』

株式会社澤嶋製作所

澤 嶋 毅



あかるいちからがみなぎれば
どこだって君の家になれる
けつして憂いなどない僕は
世界に散っていい

(西欧の古い唄)

日々の様々な場面でのモチベーション。日常の社会生活、職場、家庭での役割、顔つき、友人と酒をのむ時など。自分では常に変わりない心の張り具合でいるつもりであるが、場面場面での自分を客観視するのはなかなか難しい。

四十才になり数年が経ち、気がつけば自分の言動が大事になってしまったこのごろであり、そのあたりをあらためて見つめ直すのも悪くない。

理想とすれば、ゆるくあかるく少々のユーモアと辛辣さがあり、すこし滑稽だが朗らかであるすがた。例えばビリーワイルダや三谷幸喜の映画の主人公のような憂いのある喜劇的人物像を目指すのが現実はなかなか難しい。

そもそも、最近では自分が他者に対

しどう接し、いかに思われているのかはあまり考えないようにしている。ある時期から過剰に「気いつかしい」になってしまった反動が今ごろ表れているのか。

ある時期とは十五才の頃で、趣味思考やこんな感じでいたいと思う気持ちで固まっていたのを覚えている。そこが自己意識、自尊心などの芽生えたかどうかはわからないが、その頃が最初の人生の分岐点になったのは間違いない。

それらを客観的に表しているのが、小、中学校の同窓会や遠方の親戚にあった時で、「何でそんなに穏やかな人になったのか？」と驚かれる事を何度も経験しているし、今でも言われる。そして少々イラッとする。

昔のイメージは生き続けるのだ。今の自分は、中学校の体育祭で殴り合いの喧嘩をするようなキャラではないしハードな音楽は久しく聞いていない。

なにがきっかけかは覚えていないが、当時、親や友達、周囲の人とのコミュニケーションの取り方が圧倒

的に間違っているのではないか、「このままでは将来一人ぼっちになってしまふ」といった恐怖心がおそって来た事は鮮明に覚えている。その臆白な自我のまま成長していったらどうなっていたかは想像したくない。正解はあるのだろうか。

まあまあ楽しく過ごしてきたつもりではあるが、最近職業柄か何なのか「気いつかしい」さんがだんだん影を潜め、「臆白な自我くんが顔を出し始めているのも事実である。レッドツエッペリンとかも聴きたした。そして、ひとりぼっちでも良いかなとも思うようになった。そのうち誰かと、殴り合いの喧嘩を始めるかもしれない。

なにがきっかけかは良く覚えていない。アメリカ発金融危機、東日本大震災、ひたし立志塾を企業者として体験したからである。そして、それらを通過できたことが人生の第二の分岐点になった。

十五才の時に感じた周囲との違和感が今は趣をかせ、仕事の選択や向う方向が圧倒的に間違っているのだ

はないか「このままでは企業存続ができないのではないか」と言う恐怖心からの緊迫感、危機意識が確実に、確実に存在しているのだ。

しかし、一方ではひとりぼっちでも良いかななんて馬鹿なことを言えるくらい、気持ちに余裕もできた。仕事は常に順風満帆ではないし、嫁と子供ともよく喧嘩する。禁煙解除して体調もよくないしダイエトリバウンドも始まった。余裕なんてないと思われるが、それには二つの理由がある。

一つ目は危機感に便乗して「臆白な自我」くん、がふたたび顔をだし始めたこと。「周りなんて関係ないよ自分をやらぬき通せこの野郎」と耳元でおこつてはいるが以外と頼りになる。

二つ目は、生の時間の記憶である。最初の分岐点と違うのは、文末に書いた記録が当時は十五年の成長期の通過点であり、生の時間の真つた中であったため自分の中に消化、肯定できていなかったと思ひ返す。今は違う。先ほど述べた幾つかの困難

を通過して今立志塾は困難ではない)遠すぎない終焉を見据えて、赤裸裸な記録と共に生も死も受け入れた手応えある生の時間の記憶と共に過すことが、自分の「あかるいちから」となることを信じられるようになったことである。

白く大きいタロの背中につて歩く、祖母へのわがまま、麻疹、ブリキ小屋のチャボの生みたて卵を手にとった時の温かさ(そして食する)、発達障害を知る、いとこの日曜日、ずる休み、キラキラのクリスマスツリー、母の優しさ父との確執、口蓋裂を知る、サッカーのユニフォーム、喧嘩、受験、友人の死、東京、音楽生活、デート、ランフレッタ、ロックボトム、祖母の死、洋服、結婚、家族、澤嶋製作所。これらもこれらの記録と新たな記憶と共に。

日立市の南部、日立南工業団地内にて、家業の軸受けシャフト専門工場(株)澤嶋製作所を営んでおります。二代目です。

嫁と七才の子供一人猫一匹。両親と二世帯同居でばちばち暮らしております。

工業製品の日進月歩によるコモディティ化で、世界に置いてきぼりにならないようにビバメイドインジャパンを胸に励んでおります。

株式会社澤嶋製作所

日立市留町1270-17

TEL 0294(53)4848



長山 粃製造本舗

長山 勝紀 さん

日上市多賀町1丁目11-17
電 話 0294-33-0801
F A X 0294-33-0813
〈営業時間〉 9:00~18:00
〈定 休 日〉 毎週日曜日

キラリ☆会員探訪 第96回

『創業100年を超える老舗、日上市唯一の粃店』

多賀郵便局の一本北側の通りに『甘酒 こうじ みそ』の看板を掲げた長山粃製造本舗があります。「創業111年ですが、先代から粃屋の歴史はもつと古いと聞いています」と話す5代目の長山勝紀さん(51歳)。長山さんは20年前に妻の実家の家業を継ぐべく、粃製造本舗に入りました。

店の作業所兼販売所には、東日本大震災の時でも粃菌を守った温かな粃室があります。その他に200kgの米を蒸す大鍋を据えた大かまど、年代物の大豆潰し機、穀用一斗枡(いっとます)、一升枡(いっしょうます)もあって、どれも現役。来店者の中にはこれらの機器を懐かしく思う人もいます。完成した粃は白米に微細な綿の花を纏わせ、ほのかに甘い香りを漂わせます。長山さんは粃の他に味噌や『飲む点滴』甘酒、近年人気の塩粃などを販売。専門店ならではの味わいを、昔ながらの製法で造っています。

『良いモノを造れば
売れるという信念』

純国産にこだわる長山さんは、以前は奥久慈産の大豆を使用していました。純国産にこだわる長山さんは、以前は奥久慈産の大豆を使用していました。豆を使用していましたが、今は生産農家の減少が影響して栃木県産に。大豆の国内自給率は僅か6%(農林水産省・平成25年推計)に落ち込み、価格は反比例して年々上昇。しかし、長山さんは味噌に価格転嫁しません。厳しい中でも材料を妥協しないのは、20年間の営業経験で良いものは売れるという実感があるからこそです。

日本の味・味噌は栄養価が高いだけでなく、様々な効用で海外からも注目されています。ユネスコ文化遺産にも登録された『和食』の要としても、日立でその味を守り続けてほしいお店です。



未来予想図

跡を継いだ当初、うちの味噌の値段が結構高いと思った。高価な国産大豆を使うより、外国産を使ったほうが良いように思えた時もあった。けれど、極上の味噌は材料にこだわらないと造れない。良いものを求める人は必ずいると思うようになり、以来店を大きくすることよりも、先祖伝来の製法を守ることに徹した。10年後もその考え方でいたいと思う。

ひとこと日立自慢

海かな。北は伊勢浜から南は久慈浜まで、これだけ見事な海岸をもっているのはなかなかないと思うよ。海水だってきれいだし、県内の他の海水浴場にくらべて、観光客を呼び込めていないのが、もったいないと思うくらい。♪

商工会議所さんへ

地元の産品を紹介できる産業祭みたいなイベントがもう一つくらいあるといいね。JAの朝市で甘酒を出してみたら、反響が良くて。



商工会議所より

長山さんの粃味噌のように、日立にも良い商品がたくさんあります。もっと広く知っていただき、様々な世代や地域の消費者に届けたいです。イベント出店の募集も随時行っていますので、是非ご参加お願いいたします。



かいぎしよ☆往復書簡

会議所インフォメーション

TEL 22-0128 FAX 22-0120

会議室使用について

会員事業所の会議などに当所会館内の会議室をご利用ください。会員事業所には、料金の割引特典があります。使用に際しては、総務課へお問い合わせください。



第2会議室 (3F)



第4会議室 (4F)



ドームホール (4F)

(単位: 円)

階	室名	面積	収容人員	区分	午前 9:00 ~ 12:00	午後 13:00 ~ 17:00	夜間 17:30 ~ 20:30
3	第2 会議室	86㎡	20名	会員	4,000	5,000	5,500
				一般	6,000	7,500	—
4	ドーム ホール	180㎡	120名	会員	13,000	15,000	16,000
				一般	19,500	22,500	—
	A	100㎡	70名	会員	7,000	8,000	8,500
				一般	10,500	12,000	—
	B	80㎡	50名	会員	6,000	7,000	7,500
				一般	9,000	10,500	—
	第4 会議室	108㎡	70名	会員	7,000	8,000	8,500
				一般	10,500	12,000	—

役員・議員紹介コーナー

『素顔』 第57回

現在当所には商工会議所の運営について意思決定を行う110名の“議員”の方々がいます。議員の皆さんには地域における商工業の振興と地域社会の進展にご尽力いただく重要な役割を果たして頂いています。このコーナーではその“議員”の皆さんにスポットをあて、その素顔にせまっています。

日立セメント株式会社 取締役常務執行役員工場長 関口 壽雄 氏(工業部会)

創業明治40年の日立セメント株式会社は基本のセメント事業の他に、平成元年から環境事業も活発に行っている。浄水・下水の汚泥や、火力発電の石炭灰等の産業廃棄物を『セメント』にリサイクル。また、土浦市内の食品廃棄物・家庭ゴミを『バイオガス』や『有機たい肥』へとリサイクルしている。平成24年からは国からの補助を受け、土浦市神立に国内初の大型エコパイオプラントを設立。温暖化防止へ向けた画期的なハイブリット型総合リサイクルセンターとして稼働し、全国から注目されている。

その事業に以前から携わってきた関口氏(63歳)は、42年前に高専を卒業後に入社。以来、研究開発部門に始まり8回も配属が変わってきたので、社内の殆どの部門を経験。どんなことがあっても前向きに、協力・協調・協和をモットーに今も努めている。



そんな関口氏が最近プライベートではまっているのが家庭菜園。4月～5月にはスイカ・なす・きゅうり等の夏野菜を畑に植え付けた。おいしい実がつくよう菜園書籍を片手に、夫人とともに土いじりに励んでいる。「夏場は草引きが大変。それでも後に風呂に入って飲むビールは最高です」と、関口氏。今から収穫を楽しみにしている様子。

最後に日立商工会議所常議員として「いろいろな業種の人との出会いがあり、情報交換やタイムリーな話題等大変勉強になります。微力ですが、地域発展のために皆様のお役にたてるよう努力する所存です」と話してくれた。

かいぎしよ NEWS 広告掲載事業所募集

当所発行「かいぎしよ NEWS」への広告掲載事業所を募集します。年間5回以上掲載いただいた場合には、広告料は10%割引になります。

問合せ：総務課

	通常ニュース
発行部数	3,500部
発行回数	年11回 (毎月20日) 新年号除く
スペース	タテ 50mm・ヨコ 170mm
広告料	12,960円 (税込)

中小企業競争力強化のための支援事業

市は、ISO9000、同14000シリーズなどの国際規格、またはKESやエコステージなどの簡易型環境マネジメントシステムの認証を取得した市内中小企業者に、その取得に要したコンサルティング経費の一部を補助します。

【対 象】

市内に事業所(本社、工場、営業所、支店など)を有し、市税を完納している中小企業者

【受付期間】

平成28年11月30日(水)まで

【要 件】

平成27年4月1日から平成28年11月30日までに認証取得していること等。

※他の機関・団体から同様の補助を受けている事業は対象となりません。

※詳細はお問い合わせください。

【補助率及び限度額】

ISOなどの国際規格	補助率: 2分の1以内 補助限度額: 300万円
簡易型環境マネジメントシステム	補助率: 2分の1以内 補助限度額: 20万円

なお、応募が多数の場合や日立市以外にも事業所等を有する場合などは、補助額が変更になることがあります。

問い合わせ先

日立市商工振興課

電話 22-3111 内線471又は775

※詳細はお問い合わせください。

津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金の公募(6次)がはじまりました

東日本大震災で特に大きな被害を受けた日立市を含めた津波浸水地域などに、工場・試験研究施設・コールセンターなどを新・増設する事業者を支援する補助金の公募(6次)が開始されました。

前回の公募から、自社敷地内での建屋建設、増設など「用地取得を伴わない事業」も対象となりました。申請書の作成など、全面的に支援いたしますので、工場などの新増設を検討されているかたは是非ご活用ください。

対象施設、補助率、投資額、雇用の要件、申請方法など、詳細については市又は事務局へ

問い合わせてください。

公募期間

平成28年7月29日(金)まで

事務局

みずほ情報総研(株)津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助事業事務局

・電話 03-5289-7204

・HP <http://www.mizuho-ir.co.jp/topics/tsunami-ritti/06/02.html>



問い合わせ先

日立市産業立地推進課

電話 22-3111 内線445

E-mail sangyoritchi@city.hitachi.lg.jp

日立市女性就業環境整備促進事業

【対 象】

市内に主たる事業所を有し、市内事業所における女性の就業率が、県平均の42.2%未満であることなどの条件を満たす中小企業者

※詳細はお問い合わせください。

【受付期間】

平成28年8月31日(水)まで

【要 件】

平成28年4月1日以降に契約し、平成29年3月31日までに整備等の完了及び代金の支払いが完了すること。

※他の機関・団体から同様の補助を受けている事業は対象となりません。

【そ の 他】

補助を受ける事業者のかたには、本事業の広報や女性従業員の就業状況の調査に御協力をお願いします。

【補助率及び限度額】

区 分	取組内容(例)	補助率・限度額
《A 枠》 男女ともに働きやすい職場作りに係るハード面の対策	トイレ・更衣室などの女性専用設備の設置・整備、運搬等作業用の機械等の導入、託児施設や休憩室などの設置・整備など	補助率: 2分の1以内 補助限度額: 75万円/社
《B 枠》 男女ともに働きやすい職場づくりに係るソフト面の取組	短時間勤務・休暇などの人事制度の導入、職業訓練や各種研修への女性社員の参加支援、女性が働きやすい職場づくりの取組の社内外へ向けた広報など	補助率: 2分の1以内 補助限度額: 30万円/社

※ A 枠と B 枠を併用する場合は一社につき75万円を限度とします。

問い合わせ先

日立市商工振興課

電話 22-3111 内線471又は775

※詳細はお問い合わせください。



市内の中小企業者における女性の就業率向上や、出産・育児後の社会復帰の促進のため、女性が働きやすい職場環境の整備を実施する中小企業者に対して、経費の一部を補助します。

中小企業等職業訓練事業のご案内

日立市では、従業員に職業訓練や講座等を受講させる中小企業等を支援しています。

【対象とする職業訓練等】

日立市内の中小企業者等が従業員を対象に、主として生産、加工、修理等に係る職業能力の高度化を目的とした職業訓練、研修、講座、試験等のうち、次に掲げる団体、機関等による平成28年度職業訓練等が対象です。※新人向けのビジネスマナー講習など、実技を伴わない座学のみは研修は対象外です。

- 茨城県立産業技術専門学院
- 茨城県職業能力開発協会
- 独立行政法人 高齢・障害・求職者雇用支援機構 茨城支部
- 公益財団法人 日立地区産業支援センター
- 株式会社 日立製作所日立総合技術研修所
- その他、市長が認める公的団体、機関等

【補助率及び限度額】

中小企業者等が負担する職業訓練等に係る直接経費(受講料等)の2分の1以内の額で、限度額は1社につき20万円です。

【申請について】

申請は、職業訓練等を開始する前が原則ですが、終了後でも受け付けます。

また、申請書の提出期限は平成29年2月末までとしますが、予算の範囲内で先着順の受付となりますのでご了承ください。 ※詳細はお問い合わせください。

問い合わせ先

日立市商工振興課

電話 22-3111 内線471又は775

※詳細はお問い合わせください。

《トレンド通信》

『団塊ジュニア女性の『ゆるみ』市場に注目』

ヒット商品の傾向を日々チェックしている中で、最近注目している一つのトレンドがあります。日用品や飲食業など広く一般大衆を対象としている商品やサービスを開発したり、マーケティングをする人たちの間では、ヒット商品をけん引しているのは20〜40代の女性であるというのは半ば常識になっています。

先日、リニューアルして好調な売り上げを見ているキリンの「生茶」の開発者に話を聞いた時も、消費者の嗜好(しこう)をインタビューする調査は「女性だけを対象に実施しました」ということでした。女性は「好き嫌い」をはっきりと持ち、消費行動もそれに従っているのに対し、男性は消費行動につながるような本音を聞き出すことが難しいのだそうです。

首都圏で健康志向を強く打ち出し、20〜40代の女性をターゲットとしているコンビニのナチュラルローソンのバイヤーからも同じような話を聞いたことがあります。女性をターゲットにしてヒットするものには男性消費者もついてくるともいうのです。

ともあれ今やヒットを狙う商品の開発や販売に女性目線は欠かせません。この市場をけん引する女性消費者に最近新しいトレンドが生まれてきていると感じています。キーワードは「ゆるみ」です。

これは年齢別人口分布、いわゆる人口ピラミッドの大きなピークである団塊ジュニア世代が、2016年には42〜45歳に達することが原因です。体力面での変化もありますが、消費スタイルのベースとなるメンタリティーが「無理をしない」「気楽に

「お手軽に」といったものに引かれるよう変化しているのだと思います。

昨年の「日経トレンド」で選んだヒット商品ランキングに入ってきた「ガウチョパンツ」や「ちよい呑み」は、体型や人目をあまり気にしなくて済む「ゆるい」ライフスタイルに合致したものがやはり始めた事例だと考えられます。また、百貨店の売り上げのうち、ブランド品や宝飾品、ファッションの分野が減少傾向にある一方で、お総菜などの売り上げが堅調に推移しているのもこうした女性客の消費性向の変化を反映していると考えられます。

団塊ジュニアの人口ピークよりやや年下の35〜42歳の就職氷河期を経験した世代が、いまだに「頑張る」「認められたい」というメンタリティーの中にあるのと対照的です。この層はまだ自分で「ゆるむ」ことはできず、外に「癒やし」や「アガる」(気分が高揚する)を求めています。

団塊ジュニア女性の「ゆるみ」生活スタイルは、今後どのようなヒット商品を生み出すのでしょうか。私が注目しているものの一つに、肉や魚、フルーツなど地域の高級な食材を使った「当地缶詰」があります。食卓に手軽にのせられて、しかも保存料などの添加物も使わないためにヘルシーで、ちよっとリッチな気分が味わえます。実際、全国各地でこうした需要を狙った高級な缶詰が続々と開発されています。防災意識の高まりという追い風もあり、この分野は当分成長を続けると考えられます。日経BPヒット総合研究所 上席研究員 渡辺 和博

知って得する
ビジネスマナー

『手土産のマナー』

人財育成コンサルタント 美月 あきこ



経営者は経営者同士、部長は部長同士。仕事上や付き合い合いの上においても自分の役職に合った人と社交をする機会が多いものです。

あなたが経営者であるなら、取引先や営業先に足を運んだ際には、先方の経営者が応対する機会が多いのではないのでしょうか。応対される側の経営者としても、相手がトップであるが故、敬意を表し、何らかの手土産を用意してから訪問するでしょう。

お土産は気持ちのものとはいえ、ここでもマナーに留意しつつ、相手の方やその周囲の抱く印象がグッと良くなるように気を配らなくてはなりません。そこで今回は、経営者として知っておきたい「手土産のマナー」をご紹介します。

まず、手土産を用意する際のポイントは、直接顔を合わせる先方の経営者の好みではなく、その奥さまや家族、あるいは先方の従業員の方々、とりわけ女性社員の方々が喜ぶものを選ぶことです。経営者は、自分自身のことよりも会社を盛り立ててくれる従業員や自分を支えてくれている家族のことを日ごろから考えているものです。また、接待されることなどにも慣れているので、よほどの品を贈らなければ喜んでほえません。とはいえ、手土産にそこまで費用を掛けるわけにもいきませんよね。そこで、持参する手土産には、相手が喜ぶものではなく、その周りの人たちが喜ぶものを贈ることにより、先方の経営者の顔を立てることを企図すると良い

でしょう。おいしいお菓子や評判のスイーツなどを手土産としてお渡しし、従業員や女性社員が大喜びして職場がパッと明るくなったり、帰宅後に奥さまがご機嫌になれば、先方の経営者もうれしいものです。

一流の経営者は、他社の従業員や経営者の家族の心をもつかんでいます。ぜひ、この考え方を実践してみてください。

ところで、手土産をどのタイミングで渡していらいしゃいますか？ 正式には、先方に訪問し、あいさつを済ませた後、会話が始まる前に渡すのがマナーです。会話の後で渡すのはNGである、と心掛けてください。そして、土産物が紙袋に入っている場合は、出入口側の下手で袋から出してお渡しします。風呂敷に包んでいる場合も、下手側でほどこき、風がたたないように小さく開きます。

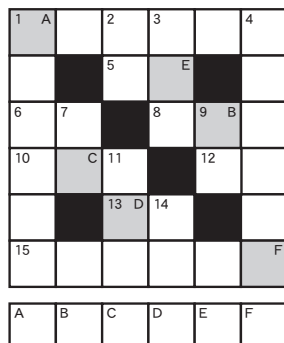
先方に謝罪する際にも手土産は欠かせませんが、このときは相手の心情を見極めることが重要です。相手がまだ腹を立て、こちらを許していない様子でしたら、「会話が始まる前に渡す」のがNGとなります。モノで解決しようとしている、と捉えられる可能性があるからです。まずは誠心誠意をもって謝罪をし、会話を交わして相手に納得していただいた上で、許しを請うてから、気持ちばかりの品を渡すようにします。

今や、手土産一つで、贈り手のセンスや信頼性、メッセージ性まで判断される時代です。手土産とは、こちらのことを相手に知ってもらうための、良い機会につながる媒体の一種であると考え、ぜひマナーに気を配りながら贈ってみてください。

クロスワードパズル

タテのカギ

- 1 夏の海でスイスイ
- 2 甲、乙、丙の次は？
- 3 切り替えが大事
- 4 一対一のこと
- 7 このカギの数字
- 9 白・黒・茶色のまだら模様ネコ
- 11 飛行機が上空へ飛び立つ
- 14 お客さん、何を握りましょうか？



ヨコのカギ

- 1 何でも自分の思い通りに振る舞っている
- 5 ○○虫、サト○○、大学○○
- 6 石が細かくなった粒
- 8 細かく、手ぬかりがない
- 10 油揚げにご飯を詰めたもの
- 12 周回りでキッチンを表すアルファベット
- 13 ムササビは○○科の動物
- 15 乗用車の警笛



先月号の答え

クイズ当選者に賞品を差し上げます。
応募方法：官製ハガキに答え、NEWSへの意見・要望・感想等、住所、氏名(事業所)、TELを書いて応募してください。抽選で賞品を差し上げます。なお、応募は1事業所1人に限らせていただきます。
締切：ニュース発行月末(消印有効)
当選者：賞品の発送に代えさせていただきます。