

BRAND NEW PRODUCTS

-新商品のご紹介-

1/2等身大アクリルスタンド

最大、高さ100cm! 存在感抜群のアクスタ登場!

12月、「アクリルグッズの達人」より、最大で高さ100センチメートル、存在感抜群の「1/2等身大アクリルスタンド」をリリース。アクリルの厚さは8ミリありますので、しっかりした仕上がります。また、台座の印刷もOK。1体から作成できますので、サプライズのプレゼントにオススメです。詳細は、Webページをチェックしてください!



1体 38,500円(税込)
透明度の高い厚み8mmのアクリルを使用。粒子感のない美しい印刷も特徴のひとつ

パーツは本体・脚2つ・台座で構成されています

オリジナルのアクリルグッズの専門店。
最小1個～大ロットまで製作可能
“アクリルグッズの達人”で検索
<https://acryltatsujin.com>

紙コースター花型

ふんわりかわいいコースター! 小ロット10枚からOK!

「コースターの達人」より、形が特徴的な“紙製の花型コースター”をリリース。写真やイラストを配置するだけで、おしゃれなオリジナルコースターを製作できます。サイズは直径90mm、厚さは0.4mm。また、裏側に滑りにくいコーティングを施した“スリップレス紙コースター花型”も同時リリース。詳細は、Webサイトでご確認ください。



プリントは無臭で水滴がついても印刷のにじみも少ないです

紙製のため、水滴もパッチリ吸収

オリジナルコースター製作の専門店。
多彩な商品をラインアップ。最小10枚から製作できます!
“コースターの達人”で検索
<https://coastertatsujin.com>

社長オススメの
今月の1冊



Diamond Harvard Business Review 2022年2月号

今月はビジネス雑誌で、通称「DHBR」の2月号です。「オペレーション型の組織をプロジェクト型に進化させる」という特集がすごかったです。オペレーション型というのは、セールス、マーケティングなどの機能別組織のことをいいます。プロジェクト型は、まさしくプロジェクトや事業別組織と置き換えてもよいでしょう。これまで主流だったオペレーション型の組織が、もはや実情にそぐわなくなってきていると問題提起をしています。テスラの成功ともしじゅの失敗事例は、これからの組織のありかたについて、ヒントが満載でした。

BOOK
DATA

ダイヤモンド社(出版)/2100円(税込)

DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー Amazon

検索



編集後記

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、まん延防止等重点措置が実施され、気持ちが沈む話題が多い今日この頃ですが、CRMでは特集記事でご紹介したように半期経営進捗会議を行い、気持ち新たに、

前向きに進んでまいります。記事ではご紹介できませんでしたが、下期の重点テーマは“品質管理”以外にもあり、数多くのことに取り組んでいきます。どうぞ楽しみにお待ちくださいませ。(広報:田淵)

■名古屋オフィス
愛知県名古屋市中村区名駅5-21-8 船入ビル2F・3F
TEL.052-446-5544(管理本部)

■PCセンター
名古屋市天白区植田南2-805
TEL.052-805-5611

■植田工場
名古屋市天白区植田南2-1403

■東京オフィス
東京都品川区東五反田1-21-9 ウィスタリア東五反田ビル9F
TEL.03-6420-0896

■栄生工場/TIEZ studio(タイズスタジオ)
名古屋市西区栄生3-2-19
TEL.052-526-0991(タイズスタジオ)

■植田第2工場(植田セカンド)
名古屋市天白区植田南2-1508



CRM NEWS LETTER 2

February 2022
Volume 42

2022年2月7日発行

箱根駅伝2022

毎年2月号は箱根駅伝のレビューです。昨年12月、箱根駅伝の各大学の登録メンバー16名が発表されたとき、ひとりの選手の名前を真っ先に確認しました。それは、昨年10区でまさかの大会逆転をされた創価大学の小野寺選手です。悔しさを晴らすためにぜひ走ってほしかったのですが、メンバーから外れてしまいました。現在4年生なので来年のチャンスはなく、気持ちの整理すらできない状況だったと思います。我々ファンは楽しいですが、この裏側にはチーム内の厳しい競争があります。外れる選手もつらいですが、それを決断する監督もつらいと思います。



株式会社シー・アール・エム
代表取締役

松村 祐輔

今年は、青山学院大学(以下、青学)が驚異的な大会新記録で完全優勝しました。近年、箱根駅伝は高速化していて、1万メートル上位10名の平均記録が28分台の学校が21チーム中16チームあります。なかでも、青学は登録選手16名全員が28分台という驚異のチームでした。こうしてみれば、勝つべくして勝ったともいえますが、優勝インタビューで原監督は、以下のように応じています。

“過去最強軍団”と称しておりました。それが口だけではなく現実となりまして、改めて学生たちの素晴らしさを感じました。“青山メソッド”がありますから、そのメソッドの通りに自立して、しっかり取り組んでいけば伸びるんです。でも、それだけではなく自分で律する、その“自律”。自ら考え行動し、課題に向き合って前へ進む姿勢、そういったものが青山学院にはできあがったのかなと感じます。ありがとうございます。

当社でも「自律」と「自ら考える」ことの重要性は幾度となく、社内で発信してきました。ですので、この点については全く同感です。想像の範囲ですが、“青山メソッド”というのは、具体的な練習メニューやスケジュール、食事管理のほか、あらゆるノウハウだと思います。こうしたものが体系化されていて、まずそこをしっかりとこなしながら、自律的に行動する。その実践レベルが極めて高いことから、驚異のチームができあがったのだと思います。

メソッドという英語は、「方法」とか「手法」と訳されますが、“青山メソッド”は、「仕組み」や「型」という言葉のほうがしっくりくると思います。当社でいえば、Web集客やマーケティング、ライセンスビジネス、品質管理などについて、ノウハウが積みあがってききましたが、さらにこれらの質を高めて、“CRMメソッド”のようなものを仕上げていくことが重要だと思います。

目で伝える

青学の選手の走りを見ていて、少しマニアックなことを気づきました。多くの選手がサングラスをして走っていましたが、襷の受け渡しの時は、必ずサングラスを外して、声を掛け合いながら受け渡しをしていました。テレビを見ている親族や友人のために顔を見せているのかもしれませんが、本質的には「目を見て伝える」ことだと思います。区間新記録で走った9区の中村選手は、「8区(佐藤)一世が“楽しいですよ”と言ってきて、その通り楽しく23.1キロを走ってよかったです」とインタビューで答えています。「伝える」というのは、簡単そうでもとても難しいことです。伝えたいことが、違う解釈で伝わってしまうことがあります。パソコンの画面を見ながら、挨拶していませんか?相手の目を見て、伝えていませんか?襷リレーのコミュニケーションから、「伝える」ことの大切さを感じました。

追伸、再び感染拡大で、マラソン大会が縮小や中止になっています。いったいつまで続くのでしょうか…。

3月6日の西尾マラソンが開催されますように。

今月の特集 ~ This Month's Feature ~

創業20周年に向けて、下期スタート！ 「第20期 半期経営進捗会議」開催！

1月15日(土)、CRMの大切な会社行事のひとつ「第20期 半期経営進捗会議」をオンラインで行いました。松村社長による「20期下期方針」の話や「グループディスカッション」、高卒組による「新人プレゼン」など、盛りだくさんの内容でした！



オンラインによる内容盛りだくさんの全社会議！

1月15日、毎年恒例の「第20期 半期経営進捗会議」をオンライン (Zoom) で開催。全正社員のほか、来賓者、2022年新卒入社の内定者にも参加いただき、行われました。会議に先立ち、社員は各部門の「第20期上期の振り返りと下期の展望」はZoom視聴により共有され、進捗会議に参加。進捗会議は「上期の業績報告」、「各クロスファンクションの経過報告」、松村社長による「下期の方針」など、盛りだくさんのプログラムでした。

なお、同日会議前には、4月入社予定の内定者の内定式も行われました。詳細は、次号の「CRMニュースレター」で紹介いたします。

品質向上には、社員個々の「当たり前力」の底上げ

松村社長による「20期下期方針」のメインは、前号の「CRM ニュースレター 新年特大号」の社長コラムにもあった下期の最重要課題「品質管理」についてでした。まず品質は「会社を支える生命線」であり、品質とは商品だけに限らず「顧客対応」、「サービス」など、「我々が提供する仕事の全てである」と定義。そして、これらの質(品質)を高めていくことの重要性の理解を求めました。実践としては「当たりの力を上げていく」ことが品質向上のファクターであると述べられ、個々の「当たり前力」を上げ、「CRMらしい当たり前」を定義し、仕事をデザインしよう、と呼び掛けがありました。



グループディスカッションのテーマは 「チーム力を高めるために、自分は何ができるのか？」

第20期より経営方針を「人財に関する方針」から「人・チームに関する方針」にアップデートしたCRM。そこで、今回は「チーム力を高めるために、自分は何ができるのか？」をテーマに、11チームに分かれてディスカッションを行いました。ディスカッション後にはグループの代表者の発表がありましたが、どのチームも熱い議論が行われたことが伝わる内容でした。

8月の創業20周年に向けて、「チームCRM」として、下期も邁進してまいります。皆さま、今後ともよろしくお願い申し上げます。

※上記の写真(スクリーンショット)は、撮影時のみマスクをはずして撮影したものです

2021年高卒入社組による「新人プレゼン」。テーマは「モノづくりとカイゼン」

従来、新人プレゼンは夏に開催される経営計画発表会で行われますが、昨年は10名の新入社員が入社したため、大卒組と高卒組に分けて実施。今回は、高卒組の発表が行われました。テーマは「モノづくりとカイゼン」。動画上映とリアルな寸劇(名古屋オフィスよりリアル配信)を織り交ぜ、プレゼンを行いました。「カイゼン」では改善意見箱などを、「モノづくり」では「提案」の重要性を説き、価値ある物としてVR・ARを提案。メンバー全員がPF部(プロダクトフォーム部)所属のため、部門ミッションの「ALWAYS THINKING ~常に考える~」からCRMのミッション「Fow Well-being」に展開するストーリーを元気よく発表してくれました。



5名による新人プレゼンのワンシーン

CRM NAVI

CRMの出来事や社内の様子をご紹介！
CRMの大きな社内行事から小さな出来事まで、
日々の様子をお伝えします

マーケティング部 活動レポート



ブースでは数々の缶バッジ商品を表示しました！



CRM社員のサポートのもと
缶バッジを製作！

「面白缶バッジ」のプレゼント企画も！
缶詰風缶バッジとその中身をセットに！

12月、「#愛知Twitter会を巡る旅 第3弾」に参加

マーケティング部は、10月の初開催に続き12月4日(土)に行われた「#愛知Twitter会を巡る旅 第3弾」(名鉄観光サービス社主催)に参加しました。今回も「缶バッジの達人」(以下「缶達」として)として参加し、スライドと動画による缶達と缶バッジ製作の紹介、マニアックな「カンタツクイズ」、缶バッジ製作体験ほか、「面白缶バッジ」のプレゼントもあり、お子さんたちを中心に楽しんでいただきました。セールス部のスタッフの参加や他の参加企業さんとの交流もあり、今回も有意義な時間を過ごすことができました。なお、こちらのイベントの様子はテレビ番組でも紹介されました。

「#愛知Twitter会」とは

愛知の企業・団体が、愛知を盛り上げることを目的にしたグループ。現在は約90の企業・団体が参加。公式ツイッターの「中の人」が、業界の垣根を超えて、様々な交流をしています。

新入社員紹介



2021.04 新卒入社
プロダクトフォーム部 業務チーム(栄生工場)
水野 千恵 Chie Mizuno

- Q. 入社前の会社や仕事のイメージは？**
A. 明るく、雰囲気が良いイメージでした。
- Q. そのイメージは、入社して実際いかがでしたか？**
A. イメージよりはるかに素敵な会社でした。また尊敬できる方がたくさんいて、刺激的な日々を送っています。
- Q. 現在の主な仕事内容は？**
A. 栄生工場で、大判商品やTIEZ Studioの手配などを行っています。
- Q. 最後に抱負をひと言！**
A. ポジティブ精神を忘れないで、何事にも挑戦していきます！

2021.04 新卒入社
プロダクトフォーム部 本社工場チーム(PCセンター)
佐藤 隼伍 Shungo Sato

- Q. 入社前、仕事のイメージは？**
A. 優しい会社で、仕事はワクワクというイメージでした。
- Q. そのイメージは、入社して実際いかがでしたか？**
A. イメージ通りで、アニメグッズを見るとワクワクします。
- Q. 現在の主な仕事内容は？**
A. アクリル商品の面付け作業・出力とデータチェック。新商品クロスファンクションチームにおいての新商品の案出しです。
- Q. 最後に抱負をひと言！**
A. 会社のためになれるよう、経営理念などをよく理解し、先輩社員と一緒にチーム力を上げていきたいです！

