見本誌

社長が自分でつくるミニ社内報

社長レター
のつくり方

社長が自分の伝えたいことを自分で書いて、
その日から発行できる１枚もの社内報「社長レター」は
社長と従業員のコミュニケーションツールです

経営活性化アドバイザー　前沢しんじ（マエザワプラン代表）

もくじ

（第１章）社長レターってどういうもの？

その目的や特長など

（第２章）作ってみよう

企画と制作の方法

（付録）発行サポートご案内

社長レター発行を支援します

（第１章）社長レターってどういうもの？

社長の思いを伝えるツール、それが「社長レター」。
社長が手作りするミニ社内報です。

人が二人以上いればそれはもう組織です。
夫婦や、社長＋スタッフ１名という最少単位から、零細、中小、大企業まで
経営体である以上同じ目標に向かって、同じ問題意識を持って、
同じ方向に進まなければ成長は続きません。

「社長レター」はたった一枚の紙に書いたものでいいのです。

「私はこう思う」「こういう会社にしたい」「こんなことをやっていきたい」
「今のうちの問題はこれだ」などと、

自分の考えを１週間あるいは１ヶ月にいちど、
社長レター用の書式にワープロで、又は手書きして、
コピーして従業員に渡すのです。

社長の肉声が詰まったもの、それが社長レターです。
１枚の紙に社長自身が書いたものは読まれます。心に飛び込みます。
そして残るのです。経営の記録にもなるのです。

社長が自分で作る従業員へのお便り「社長レター」は、
社長に対して、また仕事に対して親しみを生みます。
従業員との心の一体感を作るには最適のツールです。

組織の活性化は、従業員のやる気がすべてのはじまりです。
従業員の心に飛び込み、社長の思いを伝える「社長レター」を発行してみませんか。

●社長レターとは、たとえばこういうものです

キミに問いたい

いま解決すべき問題は何だ？

山田太郎からのメッセージ

問題点を明らかにすれば 80%は解決したのも同じだ

いま君の仕事で君の部門で、いちばんの問題点は何かを把握しているだろうか？

「問題」と言っても色々ある。これを解決、解消しなければ業務が前に進まないという喫近の課題やトラブルのようなものから、このカベを破れば新しい展望が開けるという将来へのチャンスになるものもある。これが永年のテーマになっているという大きな問題もあるだろう。

問題はひとつではない。これをやれば終わりというものではない。次々と乗り越えなければならない波が寄せてくる。それが仕事というものだ。

問題解決には「優先順位」がある。いますべきは何か？急がなければならないものは何かを考えて優先順位をつけて対処していこう。まずひとつに焦点をあてて、正面から考える、あるいは視点を変える、工夫する、考えに考える。そしてやってみる。改善する。そうしてひとつずつカベに穴をあけていくのだ。

突破して行こう！　（次回へ続く）

第　号　　年　月　日

教えられるより みずから学ぼう

山田太郎

勉強のススメ　第　号　　年　月　日

実は「学び」は楽しいものです

学生の時代、私は正直勉強が好きではありませんでした。特に興味を持てない科目は全くやる気が起きなかった。しかし今ならどんなことでも勉強したいと思うのです。もっと色々なことを知りたい。昔には興味がなかった分野でもトライしたいと思うのです。まして経営の勉強なら、あらゆることにお金を払ってでも学びに行きます。セミナーにも出ます。本も読みます。専門家に聞きにも行きます。

勉強を好きになるは否かは、「教えられて学ばされる」立場から、「知りたいから学ぶ」へ自分の考えが変化するかどうかにかかっています。

社会人として、仕事を持ち家庭をかまえる事はすべてを自分の背中に背負って歩くことです。特に仕事は人生の根幹を為すもの。自分の仕事について学び正面から向き合って、課題、問題を克服していくことは、より良い人生を積み上げていくことに直結します。

自分の仕事について「教えられる、学ばされる」から卒業しましょう。自らがはっきりと「これを学ぼう」と決心して取り組みましょう。

（次回へ続く）

情報共有便

みんなが同じことを知り同じ目標を持つ

山田太郎からのメッセージ　第　号　　年　月　日

我々はひとつの船の乗組員だ

コピーライター糸井重里さんの会社「ほぼ日」では従業員のことを「乗組員」と言うらしい。そうなのだ。組織はひとつの船で我々はその乗組員なのだ。私は経営者なので船長という役目をしているが、船長一人で船が動くわけではない。航海士、機関員、甲板員、通信士、部員、あらゆる役目を持ったスタッフがいて始めて船は動く。

ただし「船」なのだ。レールがある訳ではない。水の上だ。そのままではどこへ進むか判らない。この方向に進むと決めて、そのためには各自がどのような役目をするかをしっかり自分自身で確認して、いっせいに一定の方向に向かって舵を切りエンジンを動かさなければならない。そのためにはみんなの心がひとつでなければならない。

この「心をひとつに」というものを私の言葉で言うと「情報共有」なのだ。みんなが同じことを知るということだ。組織の目指すところ（理念から実際の経営目標・数値）、現状での様々な問題点と対処法、乗り越えるべき課題。それらを全員で共有してその中で自分の役目をしっかり認識する。組織は人に尽きる。組織を動かすのも、生かすのも、楽しくするのも、すべて人だ。つまり我々乗組員次第でその船のあり方が決まるのだ。みんなで力を合わせて船を進めていこう。

（次回へ続く）

谷あれば山あり

経営の経験を語りたい

山田太郎　第　号　　年　月　日

苦しいときは前に進んでいるときだ

プラスとマイナスはひと組のものだ。光に対して影があり、山があれば必ず谷がある。経営も人生もそういう繰り返しだと思う。いい時ばかり続かないし、悪い時もずっと続くわけではない。創業して三十五年を超えるが、やはりその間には山あり谷ありだった。

経営を維持して成長していくためにはしっかりした基盤（資金）が必要だ。福利厚生にしても設備投資にしても新規案件にしても資金なしでは動かない。資金を生み出すものは堅実な売り上げだ。だから経営者の主な仕事は収益を上げるためにその仕組みを作り上げていくことだ。しかしこれがなかなか大変なことで、計画を立てて実行して修正する、の繰り返しだ。経営者には家族ともいえる従業員を守る努めがある。それを思うと眠れない夜が続くこともある。

しかし一方でずっと頑張っていれば実績は積み上がっていくものだ。「今年も無事決算が終わった」「ベースアップもできた」「新商品が好調だ」「支店も増えた」「人材が揃ってきた」・・など喜びも数多くあらわれてくる。こうして不断の、「苦しみにみえる努力」を続けていくと、谷だと思っていても山を登っていたと気付くことがある。つまりは「どんな時でも努力だけは続ける」ことだと思う。私はそれを肝に命じている。

私を支えてくれるのは、同じ船の乗組員として意志を共有する仲間、これまで様々な苦難を乗り越えてきた仲間がいることだ。みんなでこの船を守って進めていきたい。　（次回へ続く）

●社長レターは、社長が作るミニ社内報です

書くテーマ(目的)を決めたら、
それにふさわしいタイトルを考えて、社長の写真を入れて、
社長レターの書式（用紙）をあらかじめワープロで作っておきます。
それに定期的に執筆して従業員に配布するのです。

制作の手引きとして、第 2 章にはひな型を 48 種類用意しております。
ひな型を少し修正して使うこともできますし、
またそれを参考にして自分オリジナルを作ることもできます。

実際の作り方は第 2 章で詳しく説明しております。

見本のひな型は便宜上、本文までワープロで作っていますが、
手書きの文もまた違った味があります。お好みで選んでください。

◆【重要ポイント！！】

このテキストは一応「ワードを使える人」を基準に書いていますが、社長がワープロを不得手なら、原稿を書いてあとは事務スタッフにワープロ打ちをしてもらえばいいでしょう。
また、極端なことを言えば、「オール手書き」でもぜんぜんかまわないのです。

社長レターを出す目的は「美しい社内報」を発行することではありません。
「社長の思いを伝えること」が最大目的です。

一枚の用紙に、タイトルと本文を書いてコピーすれば
それでりっぱな「社長レター」ができるのです。

一番大事なことは「何のために何を伝えたいか」です。

このテキストの【第 2 章　作ってみよう】の（第 1 部）「目的を明らかにする」と、
ひな型をご覧になれば「こんなことを伝えよう」とイメージが湧くでしょう。

●社長レターにはなんと「14 項目!」もの利点があります!

①社長が自分で作ってすぐ発行できる素早さ。思い立ったらすぐ発行できます。

②外注するわけではないので自分の思いのまま書けます。

③こんなにおカネのかからない組織活性化の方法はありません。経費はコピー代だけです。

④社長の手作りなので親近感を生みます。

⑤ふだんなかなか系統立てて伝えることができないことをシリーズで書くことで、
社長の考えていることの全体像を全員に伝えることができます。

⑥社長はこういう人間なんだと知ってもらうことにより、忠誠心が育まれます

⑦社内報というコミュニケーションの基礎を作っておくと、ふだんの社長の発言の意味が伝わりやすくなります。

⑧幹部や特定の従業員だけでなく、すべての従業員に「同じこと」が伝わり情報共有が深まります。

⑨書くテーマは際限なくあり(第 2 章参照)、書くことで社長自身の考えが整理されます。

⑩書くことが経営の記録にもなります。

⑪紙で残るので一覧性に優れ、いつでもパラパラと参照できます。

⑫組織活性化の基礎である「情報共有」の仕組みが構築できます。

⑬問題意識、危機意識などが共有されて、全員が同じ方向を目指すことにつながります。

⑭夫婦とか社長＋スタッフ 1 名という最少単位の組織でも経営方針などは絶対に情報共有すべきです。社長レターによってそれが明確になります。

（第 2 章）作ってみよう

■（第 1 部）まずは目的を明らかにする。

社長レターは「出す目的」がいちばん重要です。
何より大事なことは、何のために何をどう伝えるのかという「目的」です。
この点はしっかり押さえましょう。

たとえば次のようなテーマが考えられます。

・仕事に誇りを持たせたい

・商売の基本を語りたい

・会社の理念や方針について語りたい

・こういう会社にしたいという夢を伝えたい

・問題提起したい

・売上げ増のために伝えたいこと

・利益を増やすために伝えたいこと

・販促のアイデアやヒントについて書きたい

・商売のアイデアやヒントについて書きたい

・接客、サービスの改善について書きたい

・従業員教育について書きたい

・商品知識について書きたい

・情報共有について書きたい

・自分のことを語りたい（小さい頃のこと）

・自分のことを語りたい（創業のころの話）

・自分のことを語りたい（これまでの経営で大変だったことや喜び）

・自分のことを語りたい（家族のこと）

・自分のことを語りたい（自身の趣味や大切なもの）

・従業員に対する想いを伝えたい（ぜひこれを伝えたい）

・従業員に対する想いを伝えたい（みんなで達成すべきこと）

・従業員に対する想いを伝えたい（自己啓発について）

・従業員に対する想いを伝えたい（従業員心得について）

・私の好きな言葉について書きたい

・私が思っていることを随筆的に書きたい

など、目的に応じた内容を書き続けることで社長の意志が伝わるのです。

◆それではテーマに基づいて、ひとつずつひな型を示しながら具体例を見ていきましょう。

◆目的例①　「仕事に誇りを持たせたい」

仕事に優秀な人も、仕事が好きな人には勝てない。

さらに楽しむ人にはもっと勝てないといいます。

同じ仕事でも楽しいと思うか否で取り組み方が違ってきます。

わくわく取り組んでいる従業員と何も考えずただ単に働く人、

また嫌々する人とでは、成果も、そばで見ていても雰囲気が違います。

ワクワクする人には活力が感じられます。

そしてそれはそのお店や会社のイメージに繋がっていくのです。

仕事を楽しんでやる、そのいちばんもとになるのが「仕事に誇りをもっている」

ことではないでしょうか。

人はほんの些細なきっかけで変わります。

そういうきっかけを作るのも経営者の務めです。

仕事の本当の意義やおもしろさは、考え方や工夫によってどんどん生まれてく

るんだということを、社長自身の体験から得た言葉で語ってみませんか。

誇りをもってみんなで働こうではないか！と呼びかけてみませんか。

◆目的例①ひな型（本文見本あり）　「仕事に誇りを持たせたい」

仕事を好きになる

山田太郎からのメッセージ　第　号　年　月　日

その場所で力を尽くす

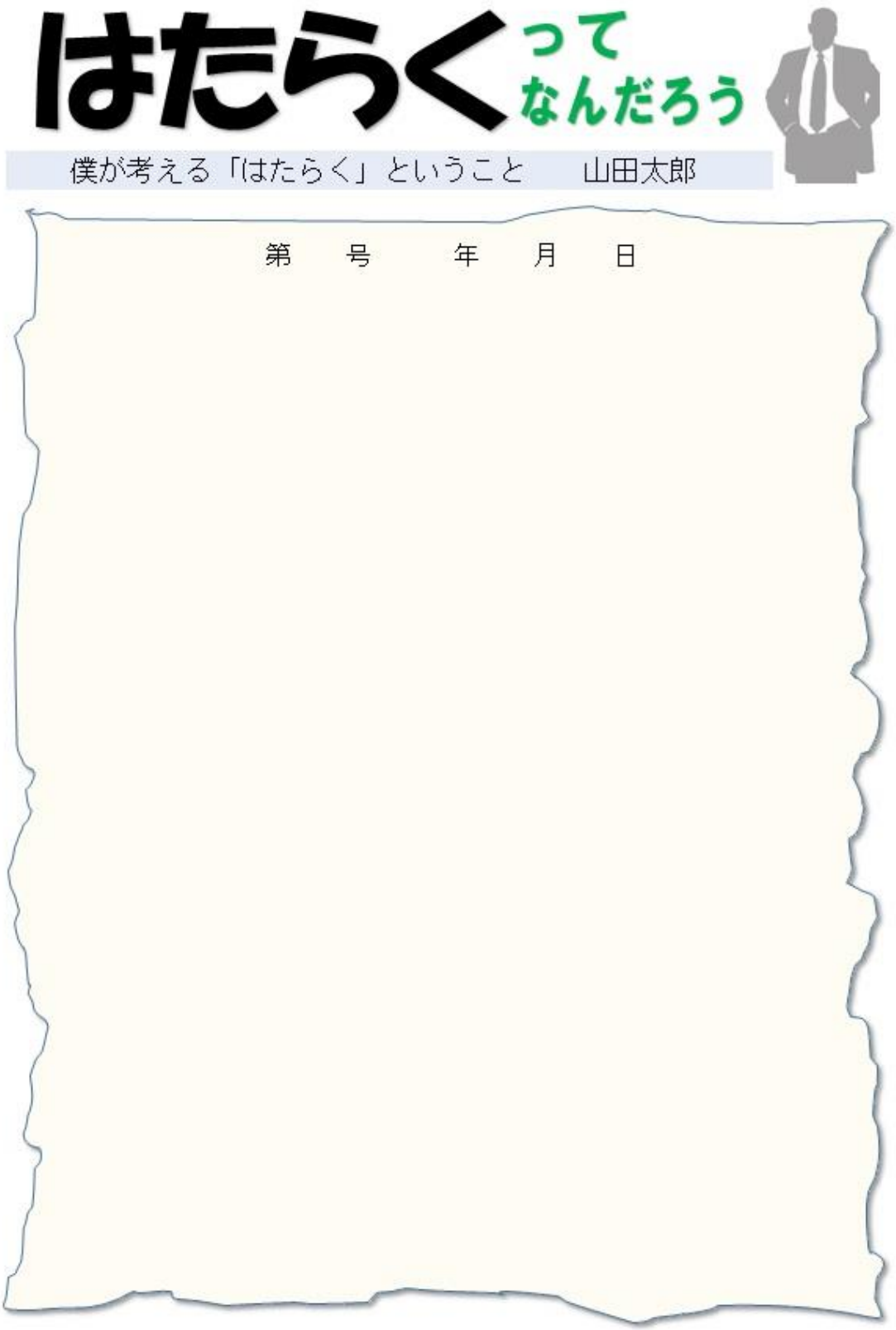
仕事に優秀な人も、仕事が好きな人には勝てない。
さらに楽しむ人にはもっと勝てないといいます。
同じ仕事でも楽しんでやる人が最高で最強ということです。
しかしはじめから「この仕事が好きで好きでしょうがない」なんて
いう人は非常に少ないでしょう。また今好きな仕事をできていても
違う部門に移動するということもあります。

ではどうすれば「仕事を好きになる」ことができるのでしょう。
私の体験から思うには
「いま目の前の仕事に全力を尽くす」ことから始まると思うのです。
いま自分の与えられた場所で自分の力を尽くすことだと思うのです。
そうすると見えてくるものがたくさんあります。
問題点や改善点、向上策や解決策・・・

その仕事を、自分の立場を、自分なりにどう工夫して「すてきな仕事」
に変えていくか。その場所で力を尽くせば新しい視点が開けてくるで
しょう。

DREAMS COME TRUE のリーダー中村正人さんはこう言います。
「今の場所で一所懸命やっていたら必ず何かにつながる」。
また渡辺和子さんという有名なシスターはこう言います。
「その場所で咲きなさい」。
太陽光は一点に集めなければ発光しないのです。焦点を
合わせて集中すればそこに新しいものが生まれるのです。
目の前のことを一所懸命にやっていれば必ず次につながる
のです。　（次回へ続く）

◆目的例①ひな型（本文見本なし）　「仕事に誇りを持たせたい」



◆目的例②　「商売の基本を語りたい」

社長自身、これまで経営を続けてきた過程では色々な局面を体験してきたことでしょう。経営に順風満帆が続くことはまずあり得ません。

主に逆風のなかを進むのが常です。前に進むほど風当たりは強くなる。

早く進むほど強くなる。そのたびに乗り越えてきて今がある。

こうして考えてきた。こうして切り抜けてきた。こうして凌いできた。

こんな選択をしてきた。ここがよかった、悪かった。

こういう人に助けてもらった。いつもこういうことを心がけてきた。

危機を乗り越えてきた要素はひとつではなく数多くあるはずです。

１人の力ではなく多くの人に助けられたはずです。

ご自身の経験はどんなビジネス書にも書いていない「ほんとうに使えるコツ」です。いわゆる「基本」です。

今現在、事業を続けているということはこれらの経験がすべて生きているということです。それを社長一人のものとせず従業員みんなで共有しませんか。

ご自分の体験を通じて体得した基本を語りませんか。

「社長レター」にシリーズで書いてみませんか。これが積み重なると経営のバイブルになるのです。

◆目的例②ひな型（本文見本あり）　「商売の基本を語りたい」

からだでおぼえた商売の基本

山田太郎からのメッセージ

たいへんな時こそ学ぶチャンス

経営でも仕事でも人生でも「波」というものがあります。無風の時、追い風の時、そして逆風の時。そのたびに波が上下し、我々にそれを乗り越えて行く試練が与えられます。

私自身これまで生きてきた上で学んだのはやはり逆風の時です。商品作り、仕入れ、販売、資金繰り、人材のこと、不況・・・苦しいたびにそれを何とかしのいで乗り越えてきたのです。今ではそういう体験こそが私の宝物で真のノウハウとなっています。体験という、からだに叩き込まれた経験が積み重なって今があるわけです。

そういう「体験」が出来るのは、決して楽な時ではありません。だから大変な時こそがそのチャンスなのです。

人間は頭でわかっていても、実際の色々な場面ですぐ知識が働くわけではありません。そういうときは、体験こそがモノを言うのです。

「大変な時こそがからだで学ぶチャンス」。
私は自信をもってそう言えます。

（次回へ続く）

こんなことを学んできた

第　号

年　月　日

◆目的例②ひな型（本文見本なし）　「商売の基本を語りたい」

凡事徹底

当たり前のことをしっかりと

第　号　　年　月　日　　山田太郎

◆目的例③　「会社の理念や方針について語りたい」

忠誠心を示すランクが３つあるそうです。

第三に給与の良さ。給料が良いとその会社に忠誠心を持つということ。

第二に経営者や上司の人柄。この人ならついて行きたいと思うことが忠誠心につながる。

そして最高の忠誠心が「その会社の理念」といわれます。

たとえばダスキンの理念は「喜びの種をまく」ということです。

前沢がダスキンフランチャイズチェーン後継者の会様で講演させていただいた時、若い二代目、三代目の方たちが冒頭でその理念を唱和しました。

その姿はとても清々しく堂々としていて、受け継がれていく理念を目の当たりにして感銘を受けました。

このように理念によって従業員の心をひとつにできれば最高の組織でしょう。

組織はみんなが同じ方向を向くことが大前提です。

そういう方向性、指針は示し「続け」なければ定着しません。

社長レターに理念や方針を書き続けることで組織の末端まで血流を行き渡らせましょう。

◆目的例③ひな型（本文見本あり）　「理念や方針について語りたい」

すべてはお客様のよろこびのために

山田太郎からのメッセージ　　第　号　　年　月　日

何のための仕事か、誰のための我々なのか

人の集まりが組織です。
組織はある目的のために全員で行動するわけです。
では組織の目的とは、つまり我々の目的とは何でしょうか？

経営体である以上目指すのは
「利益を上げて、会社も従業員も取引先も幸せになる」ことです。

ではその利益は誰が与えて下さるのか？

「お客様」以外にありません。

汗水たらして働いて得た収入から我々の商品を買ってくださるのです。よそでなく、われわれの商品を買ってくださる。
それにより我々は生きていけるのです。

お客様が買って下さらなければ我々は生きていけない。
お客様以上の存在など、どこを探してもありません。

ですから「どうすればお客様が喜んでくれるか」
これだけを考えればいいのです。

我々の仕事。「すべてはお客様の喜びのために」。

（次回へ続く）

◆目的例③ひな型（本文見本なし）　「理念や方針について語りたい」

社訓

我々が守るべき基本的な指針

先入観を排し創造せよ

第　　号　　年　　月　　日　　山田太郎

◆目的例④「こういう会社にしたい、こういうことをやっていきたいという夢を語りたい」

経営者には夢があります。

逆にいえば夢がないような経営者は失格です。

「私はこういう会社にしたいんだ」、

「こんなことをやっていきたい」、

「こういう事業展開をしたい」、

「みんなと一緒にこの道を開拓したい」

など、社長が自ら夢を語るのです。

もちろん夢は実現するためにあるのですから、夢を目標化して、

具体的にこうやる！という方法を示さなければなりません。

目標のないところには決して達成、実現はありません。

まず「こうありたい」を示す。

そこからすべてが始まります。

「夢」、「希望」、「目標」を語ることで

従業員という仲間にやる気の息吹を与えませんか。

◆目的例④ひな型（本文見本あり）　「これからの夢を語りたい」

こんな会社にしたい

お客様、従業員、取引先の三者に喜ばれる組織創りを!

山田太郎

関わるみんなの幸せのために

私が事業を始めて三十年経ちます。創業当時から経営が軌道に乗るまでは悪戦苦闘の連続で、利益をあげることを第一に追求してきました。もちろんそういう日々の中でも「お客様があってこそ」の事業なのでお客様に対する感謝の心を忘れたことはありません。

創業して三年くらいすぎた頃から事業が安定してきました。

そのころからある思いを抱くようになったのです。

それは事業というものはお客様あってこそ成り立つものだが同時に従業員という仲間があってこそしっかりと積み上げていけるもの、さらに取引先あってこそ事業の形が作られていくものだと。

それ以来「お客様、従業員、取引先の三者に喜ばれること」を社是に掲げたのです。こうして成長を続けさせていただいているのもこの三者のおかげとあらためて思うのです。

事業は公器です。社会に必要とされるものでなければなりません。

成長を続けてこそ社会のお役の立てるのです。

そのためには「お客様、従業員、取引先の三者に喜ばれること」をさらに追求して行きたい。

みんなと一緒に一歩一歩進めて行きましょう。

（次回へ続く）

第　号　　年　　月　　日

◆目的例④ひな型（本文見本なし）　「これからの夢を語りたい」

みんなの力を結集してこの道を開拓したい！

◆目的例⑤「問題提起について書きたい」

経営とは問題と解決の連続です。

問題には現在見えているもの、やがて現れてくるものがあります。

問題は突きつけられる前に自ら見つけて探し出して未然にふせぐもの。

それが秀れた危機管理というものでしょう。

見えてないもの、見えているものの中で、

優先順位の高いものから「今のウチの問題はこれなんだ」ということを

従業員全員に知らせ、情報共有することで問題意識が高まります。

それを会議や普段の指導の中で徹底すれば大きな失敗は防げます。

その取っ掛かりになるのが、

社長が発信する「いまのウチの問題はこれだ」という提起なのです。

社長レターは危機管理のツールにもなります。

◆目的例⑤ひな型（本文見本あり）　「問題提起について書きたい」

キミに問いたい

いま解決すべき問題は何だ？

山田太郎からのメッセージ

問題点を明らかにすれば80%は解決したのも同じだ

いま君の仕事で君の部門で、いちばんの問題点は何かを把握しているだろうか？

「問題」と言っても色々ある。これを解決、解消しなければ業務が前に進まないという喫近の課題やトラブルのようなものから、この力べを破れば新しい展望が開けるという将来へのチャンスになるものもある。これが永年のテーマになっているという大きな問題もあるだろう。

問題はひとつではない。これをやれば終わりというものではない。次々と乗り越えなければならない波が寄せてくる。それが仕事というものだ。

問題解決には「優先順位」がある。いますべきは何か？急がなければならないものは何かを考えて優先順位をつけて対処していこう。まずひとつに焦点をあてて、正面から考える、あるいは視点を変える、工夫する、考えに考える。そしてやってみる。改善する。そうしてひとつずつ力べに穴をあけていくのだ。

突破して行こう！　　（次回へ続く）

第　号　　年　月　日

◆目的例⑤ひな型（本文見本なし）　「問題提起について書きたい」

第　号　　年　月　日

◆目的例⑥「売上げ増のために伝えたい」

経営の仕組みは本質的には非常にシンプルです。

「売上げを上げ続ける」ことができれば成長は続きます。

小売業には「売上げはすべてを解決する」という格言もあるくらいです。

売上げがあれば経費をまかなって純利益が出る。

福利厚生も安定し定着率が上がる。人材も育てやすくなる。

純利益が確保できれば新規投資もできる。

経営の善循環は基本的には売り上げ増によってもたらされるのです。

いくらコストを削ったところでそれには限界がある。

減収増益では組織は続かない。売上げがすべての基本です。

売上げを上げるための方法は限りなくありますが、それを実現するのは「人の力」

です。売上げはすべて「人材」が生み出してくれるものです。

たとえば「営業戦術」をいくら叫ぼうが「営業する人」がやらなければ意味がな

い。まず「人＝従業員＝人材」に向けて真剣なメッセージを送りませんか。

社長自身が「こういうことをやっていこう」と、社長レターで従業員に直接訴え

ませんか。

◆目的例⑥ひな型（本文見本あり）　「売上げ増のために伝えたい」

頭を切り替えると新しい売り方が見えてくる

山田太郎からのメッセージ

コチコチ頭ではアイデアが出ない

気功の達人に教えてもらったことがあります。カラダを固くして立つ。そうすると押される力に弱い。カラダを固くすると重心が上に上がる。大男でも押せば倒れる。カラダを楽にしてフニャフニャの気持ちで立つ。こうすると押されても倒れない。重心が下におりている。地面に根が生えているように。

つまり、アタマがコチコチだといい考えも出ないということです。

今のやり方でなかなか改善できない、結果が出ないのはやはり「今のやり方が悪い」からです。

人は先入観の固まりです。「これしかない」と思い込んでいるものです。まず先入観を捨てて「さてさてどうしようか？」とやわらかアタマで考えてみよう。こっちの「売る側の都合」ではなく「どうすればお客様が喜ぶのか」の視点から考えてみよう。机で考えるのではなく、現場に出てみよう。自分ひとりで考えるのではなく、お客様に聞いてみよう。一歩前へふみ出してみよう。

頭を切り替えるときっと新しい売り方が見えてくる。

（次回へ続く）

第　　号　　年　　月　　日

◆目的例⑥ひな型（本文見本なし）　「売上げ増のために伝えたい」

山田太郎からのメッセージ

第　号　　年　月　日

売上げを創るのは

ヒトの力

以下、目的例⑦から㉔まで、
ひとつずつ解説し、
ひな型をそれぞれ 2 種類ずつ紹介
しております。
ひな型は、そのまま加工できる
ワード版で 48 本ついています。
詳しくはマニュアル本文をどうぞ。

■（第 2 部）社長レターを作ってみよう

ここまで、社長レターを発行する目的別にさまざまな「ひな型」を紹介してきました。
色々な目的や訴えかたをお分かりいただけましたか。

さて、社長レターを作る場合、次の方法があります。

（1）ひな型のデザインをそのまま、又は修正加工して使う方法

その上で①本文をワードを使って打ち込む方法と
②本文を手書きする方法

（2）ご自分オリジナルデザインを作る方法

その上で①本文をワードを使って打ち込む方法と
②本文を手書きする方法

◆【重要ポイント、ふたたび！！】

このテキストは一応「ワードを使える人」を基準に書いていますが、社長がワープロを不得手なら、原稿を書いてあとは事務スタッフにワープロ打ちをしてもらえばいいでしょう。
また、極端なことを言えば、「オール手書き」でもぜんぜんかまわないのです。

社長レターを出す目的は「美しい社内報」を発行することではありません。
「社長の思いを伝えること」が最大目的です。

一枚の用紙に、タイトルと本文を書いてコピーすればそれでりっぱな「社長レター」ができるのです。

◆【気軽な気持ちでスタート！！】

第１部でも述べましたが、一番大事なことは「何のために何を伝えたいか」です。

まずはその目的を考えてください。

もちろん、はじめから完璧なものはできません。やり始めると修正したいことがでてきますので、その段階で修正していけばいいのです。

まずはざっくり決めてやりはじめて、あとはやりながら考える、という気軽なスタンスで。

なお、ひな型の本文は便宜上すべてワープロで制作しておりますが、手書きもまた温かみや味わいがあってとてもいいものです。お好みのほうでどうぞ。

それでは

（1）ひな型のデザインを使う方法

（2）ご自分オリジナルを作る方法

について説明しましょう

（1）ひな型のデザインをそのまま使う、又は修正加工して使う方法

ひな型は、24 の目的別に 2 種類ずつ（本文例ありと本文例なし）合計 48 種類を別原稿にて用意しております。

ワード版ですのでご自由に加工できます。
※ただし、加工する際には、ひな型を読みこんで、最初に別の名前を付けて保存し、その新しい名前で加工してください。こうすると元データが残ります。
読みこんだデータをそのまま使うと元データがなくなってしまいますので、発行するごとに別名をつけて保存してから加工作業してください。

ひな型のタイトル・デザイン・本文など、ご自由に修正加工してください。
いずれにしても、社長名や写真、発行号数、日付、本文内容などは修正してください。

できるかぎり、社長の顔写真（または似顔絵）を入れてください。
人は文字より絵に先に目が行きます。社長レターに親近感が増します。
ひな型には便宜上シルエットを使っていますので、ご自分の写真と入れ替えてください。
撮影方法や写真の使い方については、次の（2）の「オリジナル社長レターを作る方法」の第 2 ステップ「社長の顔写真または似顔絵を入れると効果的です」の項をごらんください

【ひな型についてのおことわり】

①ひな型はワード 2013 年版で制作しておりますので、それ以前のバージョンでは読めない部分がある可能性があります。その場合はこのマニュアル内のひな型のページを参考にしながらワードで作ってください。

②ひな形の字体は、どのパソコンでも標準的に装備されている字体を使っております。そのまま使っていただいても結構ですし、お好みに応じてご自分のパソコンにある字体に変えてください。

●本文をワードを使って打つ場合

ひな型を読みこみ、まず最初に、新しい名前を付けて保存してください。
（読みこんだデータをそのまま使うと元データがなくなってしまいますので、発行するごとに別名をつけて保存してください）

→　本文を、ひな型の「テキストボックス」内に打ち込んでください（※本文見本や注意書きなどを消してから打ち込んでください）
→　また社長名、号数、日付もそれぞれのテキストボックスに打ち込んでください。
→　社長の画像はご自身のものに代えてください。

●本文を手書きする場合

使うひな型を印刷出力して、そこに手書きして、カラーコピーで必要枚数を印刷します。
ひな型を出力する際には・・

→　社長の画像はご自身のものに代えてください
→　社長名は削除してください（手書きの際に自署してください）
→　本文見本や注意書きなどのテキストボックスを消去し、なにも書いてない状態で印刷出力して、そこに手書きしてください。

※ワードの使い方が不慣れなら、事務スタッフの方に依頼するといいでしょう。
※見本のひな型の本文は便宜上すべてワープロで打っていますが、手書きはまた違った味があります。どちらでもＯＫです。

●それ以降の手順である、「書き方」、「発行周期」、「印刷」、「配布」、「その他の留意点」については、次の（2）の「オリジナル社長レターを作る方法」の項をごらんください

（2）ご自分オリジナルを作る方法

ひな型を使わず、社長がオリジナルで「自分の社長レター」を企画する場合の方法について説明します。

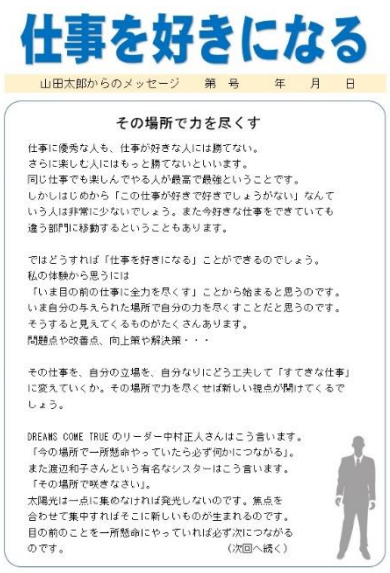
（第１ステップ）テーマとタイトルを考える

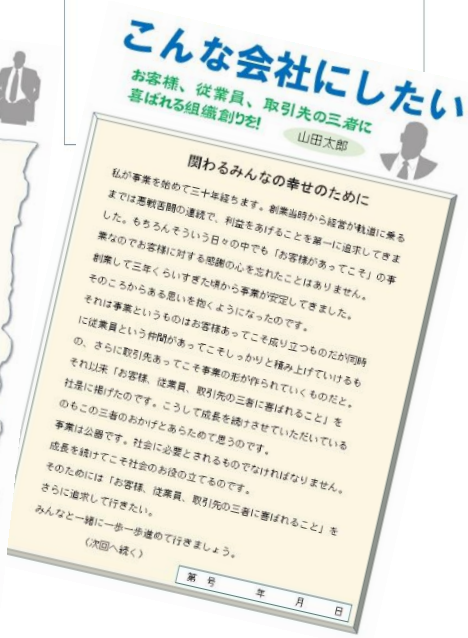
書くテーマ(目的)を決めてそれにふさわしいタイトルをつけます。

たとえばテーマが「仕事に誇りを持たせたい」なら、タイトルはほとんどそのまま「仕事に誇りを！」でもいいでしょうし、少しイメージを膨らませて、「この仕事好きだ」、「プライド」、「誇り高き仕事師」、「おれがやる！」・・・など色々と考えられます。

また前章のひな型を参考にしてもいいでしょう。
あまり難しく考える必要はありません。
テーマをそのままタイトルにしてもかまいません。
広告コピーではありませんから「内容で勝負」です。

★ひな型のテーマやタイトルもご参考に！





（第２ステップ）社長の顔写真または似顔絵を入れると効果的です

人は文字よりもまず画像が目に入りますので、写真がとても重要です。
いつも同じ写真でなく何種類かを使いまわしすれば、常に新しいイメージの社長レターになります。

◆撮影のポイント

デジカメやスマホで撮影すればいいです。本格的なものは不要です。
事務所や現場、店舗、作業所など、社長のよく似あうところで。

にこやかな表情が基本ですが、考えごとをしている顔も可。
スーツを着た状態でも、シャツ姿でも可。
ユニフォーム、作業着（＋帽子）もいい。
ネクタイはしてもしなくてもいい。親近感ならノーネクタイで。
ビジネスなのでセーターとかポロシャツは不可。

腕まくりは躍動感があっていい。
手は上げたり（おーいと呼びかける感じ)、握手を求めるように手を差し出したり、
腰にあててもいい。
商品や、道具類、書類、かばんなど何か持ってもいいでしょう。
腕組みは尊大に見えるので不可。

立った状態、しゃがんだポーズ、車に乗る、椅子に座る、机で書き物、考えている様子、走る、歩く、などの動きのあるものなど、全身撮影を基本に、上半身や顔のアップなど色々なパターンを撮影しておきましょう。

撮影できたらパソコンに取りこみます。背景があまり大きくならないようにワープロでトリミングします。全身のものと上半身のものを作りましょう。
ワードでも四角く切り取り(トリミング)できますのでそれで十分です。その中から「これがいいんじゃないか」というものを選んでください。

似顔絵も親近感があっていいです。ネットで安く制作できます(「ココナラ似顔絵」で検索)。

※ひな型には便宜上シルエットを使っておりますのでご自身の写真とさしかえてください。
　社長がワープロを不得手なら事務スタッフに頼んでください。

以下

（第 3 ステップ）社長レターの用紙(台紙)を作る

（第 4 ステップ）書きかたについて【その 1】

（第 4 ステップ）書きかたについて【その 2】

（第 4 ステップ）書きかたについて【その 3】

（第 5 ステップ）発行周期

（第 6 ステップ）印刷する

（第 7 ステップ）配布する

（第 8 ステップ）その他の留意点

まで、順を追って説明しております（詳しくはマニュアル本文にて）

さらに、社長レター発行のサポート体制を用意しております

セミナーを受講していただいたり、制作マニュアルをお読みになれば、
ひな型が豊富についていますのですぐスタートできます。

さらに執筆のヒントに、前沢しんじ作のメルマガバックナンバー約 2000 本が、
ご自由にお使いいただけます。

さらにセミナー受講者やマニュアルご購入の方にはお電話でのご相談を無料にて
お受けいたします。ご遠慮なくお電話ください　→　080-1527-4080　です。

その上で、
より詳しく知りたいとか、もっとオリジナルなものを作りたい、執筆を代行してほしい
などのご要望について別途サポートが可能です。

●社長レターの発行に関するコンサルティングを承ります
（企画制作から発行まで指導します）

●オーダーメイドで社長レター用紙を企画制作します
（オリジナルの社長レター台紙を制作します）

●オーダーメイドで企画・執筆まで代行します

●「社長レターの作り方」実習セミナー講師のご用命を承っております。
（商工会議所様、商工会様、青年部様、企業様、各種団体様など）
すぐ活用できるガイドマニュアル（豊富なひな型付き）を進呈します。
セミナー講師料金 15 万円　(約 2 時間)　交通費別途（料金応談可）

（詳しくはマニュアル本文にて）

社長レターの作りかたマニュアル
お求めは・・

★このマニュアルは、目的別に 48 種類もの「ひな型」付きです！

それをそのまま活用できます。ワープロでも手書きでもすぐ応用できます。

▼価格

・マニュアルＰＤＦ版 100 ページ＋ひな型ワード版 48 種類
　（メール添付での納品が基本です）　　￥10,000　（税込）

　※オプションとして次の納品方法もお選びいただけます
　（ＵＳＢメモリーでの納品の場合）￥12,000　（税込・郵送料込み）
　（紙出力での納品の場合）　　￥18,000　（税込・郵送料込み）10 日程度かかります

▼お申し込みはメール　maezawa@zb.ztv.ne.jp
　にて、ご住所・ご社名・お名前・電話番号と「社長レターの作りかたマニュアル希望」と
　書いてご送信ください。
　お振込み確認次第、いただいたメールアドレスにメール添付で納品します。

　※オプションをご希望の場合はその旨お書きください
　※メールでご注文いただいてこちらから返信がない場合メールの不着等が考えられます。
　　その場合お手数ですがお電話にてご確認ください。080-1527-4080 です

▼お支払いは

・料金前払いとなっています。お申し込みと同時に下記口座へお振込みください
　第三銀行　新宮支店　（普通）0653086　口座名義人　マエダカツミ（前田克巳）
　※振込み手数料はご負担ください
　※なおご注文主様名とお振込み主様名は同一名儀にてお願いします

▼発送は

・ご入金確認後 3 日以内に発送します（メール納品・ＵＳＢ納品の場合）

■前沢しんじの実績

前沢しんじは「社長レター」、「手作り社内報」の専門家です。

（セミナー講師実績）
・大手都市銀行様の顧客様セミナー　・青年会議所様　・商工会議所様
・地方スーパー本部様　・大手ＦＣチェーン様など

（制作指導・発行実績）
・従業員約 100 名の企業様で 20 ページの手作り社内報を 100 号まで制作発行指導
・従業員約 30 名の企業様でＡ４サイズ一枚もの「社長だより」を制作発行指導
・従業員約 30 名の企業様でＡ４サイズ一枚もの「今日の檄！ＦＡＸ便」を制作発行指導等

■前沢しんじプロフィール（経営活性化アドバイザー）

1978 年、販促企画事務所を起業。以来顧問先の食品チェーン店などでさまざまな売上げ・利益増加策を展開し、全店を 30 年にわたって地域一番店に導いた。

（得意分野）
・利益増加戦略の「ロス退治術」、
・売上げ増加戦略の「販促キャンペーン」、
・組織活性化戦略の「会議・社内報活用法」

（講演・セミナー実績）
・一部上場企業様　・商工会議所様　・商工会議所青年部様　・青年会議所様
・大手ＦＣチェーン様　・税理士事務所様（大阪･名古屋）
・地方スーパー本部様　・和歌山県内小売業様　・団体様など多数

（主な著作）
・売れる！儲かる！販促キャンペーン実践法（同文舘出版）
・雑誌「月刊商業界」に特集執筆多数
・メルマガ、ビジネス著作など多数、他

■お問い合わせは

マエザワプラン　代表者　前沢しんじ

・〒647-0042　和歌山県新宮市下田 1-7-36

・電話　080-1527-4080　　ＦＡＸ0735-21-5660

・メール　maezawa@zb.ztv.ne.jp

・ＨＰ　http://maezawa-plan.jp/

「マエザワプラン」で検索できます
又は右のＱＲコードをスマホで読み取って
いただくとホームページへ飛びます