

印刷業界の「未来」へとつづく「今」を見つける

Magazine GC

富士フイルム ビジネスサプライ株式会社

Contents

グリーン・レポート

顧客満足度の高め方

Column ● 中部国際空港の提案制度「Be Columbus!」

● 顧客満足度向上の名企業

印刷会社の先進事例レポート「革新の現場」

第3回 株式会社タック印刷「レーザーマーキングラベル」

時代を支えたチカラ 01 新島 襄

For greater customer satisfaction, it is important to accurately identify what the customer needs and thoroughly consider what can be done.

Think Customer



すぐに分かる! 注目の経営手法や市場の「今」
グリーン・レポート

顧客満足度の高め方

受注産業といわれた印刷業界も、印刷物をただ作るだけでなく、いかに顧客に満足してもらえる形で提供するかが重要になっています。今号は、従業員の専門スキル向上で顧客からの信頼の高まりを目指す総合スーパー、納品やその後のフォローでのタイムリーな対応を重視する製造業企業、サービスを徹底して顧客の立場で考える空港の取り組みを紹介。顧客満足度を高めるためのポイントを探ります。

従業員の専門技能向上で ニーズ情報を集める

生活に関わるさまざまな商品の販売を通じて製造業者と消費者とをつなぐ小売業は、時代の動きを敏感に映す主要産業の一つです。中でも、GMS（ゼネラル・マーチャндаイズ・ストア）と呼ばれるチェーン型の総合スーパーは、今や小売業をリードする業態となっています。その中で、大手小売業のイオンリテール株式会社（千葉県千葉市）は、消費者に最も近い場所にいる小売業としてのサービスを充実させるため、独自の社内認定資格制度を導入しています。

社内認定資格は、現在「イオン鮮魚士」「イオンリカーアドバイザー」「イオン寿司マスター」「チェックアウト」など計30種類あり、6万人強の従業員が何らかの資格を取得しています。この制度は、実践訓練を行いながら専門性の高い人材を育て、売り場に配置することで、顧客満足度を高めることを目指して導入されました。

例えば、「イオンサイクルアドバイザー」で、自らも趣味でサイクリングを楽しむ「イオンバイク美浜幸町店」（2012年9月分社）の小澤元店長は、「単にモノを売ることより、お客さまの悩みや困りごとのお手伝いをするように意識しています」と、接客時の心構えを明かします。熱心な接客は、顧客満足度向上という成果を生んでいます。

顧客の質問や相談に的確に答えられる資格者を配置すれば、顧客は商品の特徴や取り扱い方法などの知識が得られ、自分だけで商品を選ぶよりも、より満足のいく買い物ができます。顧客が具体的な相談をしやすくなるため、店に顧客が望む商品やサービスといったニーズの情報が自然に集まるのも大きな利点です。

同社の資格制度は、仕事に臨む従業員のモチベーションに働きかける効用もあります。「自分の知識や技術が役立つ、お客さまから感謝されるのは大きな励み」（小澤店長）という声に代表されるように、従業員が感じる顧客満足度の高まりは、それぞれのさらなる接客力向上につながっているようです。



イオンバイク美浜幸町店の小澤店長(右)。豊富な商品知識で顧客からの信頼も厚い

- 顧客とコミュニケーションを行う従業員の高い専門技能は、信頼性とロイヤルティの向上につながる。
- また、さらなるニーズを探るための手段にもなる。

他社がいやがることに徹底して取り組む

再生ドラム缶の製造などを手掛ける山本容器株式会社(大阪府大阪市)は、主要顧客である化成品メーカーや製薬会社などの納品への要望に迅速に応えられる一貫生産体制の構築に力を入れています。

同社では、顧客が製品の生産で使う原材料や自社の製品を入れて運搬・保管する際に欠かせない、鋼製ドラム缶の再生品を製造しています。この鋼製ドラム缶は頑丈なので、1回で使い捨てられることなく、8割強が回収、改造を経て再利用されます。

同社は、再生品の中でも、使用済みの鋼製ドラム缶に

ポリエチレン製の内袋容器を組み込んだ「ケミドラム缶」で出荷量、売上高ともに国内トップの座にあります。再生品を使うとCO₂排出量が約34%減るといわれているため、環境対策上からも一定の需要が見込ま

れています。ケミドラム缶への再生を手掛ける業者は極めて少ないのが実情。それは、ケミドラム缶が構造上、特に加工が複雑で面倒な上、それに伴う設備投資を要するためです。それゆえ回収・再生工程は細分化され、それぞれに専門業者が担っています。

こうした市場のあり方に一種の「すき間(ニッチ)」を見出した同社は、大阪府堺市の工場に再生ケミドラム缶専用の加工ラインを構築し、必要な作業を自社で一貫して行う体制を整えています。

顧客にとって、複数社を介さず、すべて自前で対応できる同社の一貫体制は大きな利点。複数の業者が関わることによる移動時間や経費が圧縮できるからです。同社は、再生品の「素材」となる空のドラム缶の回収も、他社のように納品時を利用して回収するのみならず、回収のためだけに訪問するという要望にも快く対応しています。

納品、回収両面における「顧客本位」のフォローは、同業他社がひしめく業界内にあつて長年にわたる安定的な受注確保を促進。堺工場ライン構築の陣頭指揮を執った山本修嗣専務は、「一連のサービスは、顧客の獲得や信頼関係の構築、事業の安定化につながっている」と言います。



山本容器の再生ドラム工場

- 顧客のビジネスを全体で捉え、その各工程の短縮を実現する供給体制を整えることは、顧客からの信頼を得るための武器になる。
- 他社がやりたがらないことを徹底して行うことは、企業価値向上につながる。

利用者の声を関係者で共有する空港

2005年の開港以来、「CS世界ナンバーワン空港の実現」を掲げる中部国際空港株式会社(愛知県常滑市、通称・セントレア)は、国際空港のサービス品質を評価する世界的に権威ある調査「ASQ」※において、「年間旅客数500万〜1500万人」級の施設の部門で、開港時からの4年間と、2011年に世界首位を獲得しています。

同社は、空港内に設置した「ご意見箱」や「案内所」のほか、「公式ウェブサイト」「テレホンセンター」「各担当部」などに寄せられた声や対応内容をデータベース化し、空港会社とグループ会社の全社員が閲覧できる仕組みを取り入れています。

また、空港内の官公署・航空会社・商業テナント・清掃会社など、全35事業体がそれぞれ実施した改善事例や、顧客からの要望などの情報を共有する「CS空港連絡会」を設けているのも、中部国際空港の独自の取り組みです。オープンな場での情報共有は、課題解決に向けた各事業体の積極的な取り組みを促し、顧客の声を基にした改善策のスムーズな実現につながっています。

そのほか、スタッフ部門を含めた全従業員がCS意識を醸成するための仕組みも構築しています(詳しくは下の囲みと左面「顧客満足度向上の名企業」で紹介)。

顧客満足度を高めていくためには、サービスを提供する側の一方的なお仕着せではなく、顧客の声を耳に傾け、改善を進めていくという双方向での取り組みがカギになりそうです。

※国際空港評議会(ACI)が監修する国際空港評価「国際線の出発航空旅客を対象としたアンケート調査を基にしている。



旅客ターミナルビルなどを巡回する案内ボランティア。従業員や地域住民が行っている。そのほか、各部署の役職者は毎日ターミナル内などを回り、顧客の状況の変化をチェックすることを習慣にしている。さまざまな関係者が顧客の声を集める

- 顧客の声などから得られたCSに関わる問題や改善事例は、社内ではもちろん、ビジネスに関わる企業との間で相互共有することが効果的。



従業員のアイデア実現を会社がサポート

中部国際空港の提案制度「Be Columbus!」

自由な発想でチャレンジ

「Be Columbus!」は、「自由な発想と自己責任の原則」に基づき、従業員個人による顧客満足度向上のアイデアの具現化を会社がサポートする制度。創造的なアイデアを持ち、挑戦意欲に富む人材を所属部署や組織などを越えて育てるのが狙いです。

公募は随時行われており、中部国際空港社員・契約社員なら誰でも応募可能。上司への報告は必要なものの、提案内容に経験知が入ることを避けるため、提案内容の承認は不要としています。「賑わいの創出」「利益の増加」「安全性・サービスレベルの向上」に貢献し、提案者が実行するものであれば内容は自由です。

応募者が経営陣に直接プレゼン

A4判1枚の所定書式による提出後、応募者自身が直接、社長・副社長・各本部長や各執行役員などの出席する経営会議に、事業計画をプレゼンします。案件は経営陣が直接評価し、予算・要員・期間・リスクなどを承認、必要な支援を決定。大掛かりな案件は、グループ各社へ実施メンバーの公募も行われます。実施後に事業化、定常業務化するものもあります。

提案内容・審査結果・進捗状況などは共有データベースで全社員が閲覧できます。提案が採用されると、年2回の人事評価に業務実績として考慮されます。仮に失敗してもチャレンジした意欲と経験は賞賛されます。

所属部署や担当に捉われない

例えば、地元常滑市の盆踊りの活性化を狙った「スカイデッキ」での盆踊りは、販促・総務・人事など若手グループのアイデア。東日本大震災で被災した岩手県大槌町へ、菜の花畑作りのボランティアを空路で派遣するプロジェクトは、経営企画部員が同町で活動した経験から起案。菜の花の栽培地である、愛知県田原市を巻き込んで実現させました。



2010年に開催された「セントレア盆踊り」

革新の現場

第3回 株式会社タック印刷 「レーザーマーキングラベル」

(株)タック印刷は、自動車や電気機器に貼るフィルムラベルを中心に、小ロット多品種のラベル印刷を手掛けてきました。2011年に、0.1mmの罫が表現できるレーザーマーキング技術を印刷業界に先駆けて実用化。独自に培った品質管理体制との相乗効果で、付加価値の高いサービスを提供しています。

■「部品」のような品質管理で、顧客の製造ラインと密に連携

製造番号や定格表示など、電気機器や自動車の内外に貼られる多様なラベル。タック印刷は、凸版印刷機を使い、これらを数十・数百枚の単位から提供してきました。

「当社のラベルは、機器や車などの製造ラインで貼られます。ラベルが余ると『貼り忘れでは?』ということになるので、1枚多く納品してもNGです。印刷物というより部品ですね」。高田 朋幸社長は、自社のラベルの独自性をそう語ります。「多種類のラベルを、全て違う枚数で翌日納品」といった要求も日常茶飯事。シリアルナンバーの印字や、同じ文言を多様な言語で印字するなど、バリエーションも多岐にわたります。

「20人弱の会社ですが、色や見当の精度、納品数やバリエーション印刷の不備がないかなどを確実に見るため、4分の1の人員を検品にあてています。高品質を維持しつつ細かい要望に応えることで、電気機器や自動車メーカーとの直の取り引きを増やしてきました」

2008年に「レーザーマーカ―」についていち早く知ることができたのも、自動車メーカーから「今のラベルをこの装置で作れるか」と相談されたことからでした。



フィルム素材の上に、2層のインキを塗布したシートを使ったラベル。レーザーで削ると、下の層の色が表れ、文字が表現できる

「レーザーマーカ―は、まず図や文字のデジタルデータを取り込み、インキを塗ったシートで描画します。版なしで印字でき、レーザーで抜き加工もできる。今後ラベルの内製化が進むのでは……と強い危機感を持ちました」

■材料メーカーや新しい業界との協業で可能性を広げる

高田さんは、すぐにそのレーザーマーカ―*について徹底的にリサーチ。非常に微細な罫線が描けることや、PETフィルムの下にアルミを蒸着したシートでは、レーザーがフィルムを通過してアルミだけ削れることも判明。フィルムの下に印字するので、耐熱性や耐久性も高まる――「新しい用途の可能性を感じた」と言います。まだ自動車メーカーなど、わずかな大手企業しかそのレーザーマーカ―を持っていない中で、これを導入し、ラベルシール用に独自に開発を始めました。

レーザーの強さや速度の調整に試行錯誤した後、0.1mm罫の表現に成功。箔やホログラムへの印字でもつぶれることはありませんでした。高品質ながら版が不要な分、コストが抑えられます。

「微細な隠し文字も得意なので、改ざん防止、偽造防止用の印字ラベルでの新規顧客も増えています」。現在は、こうした付加価値のより高いラベルに軸足をシフト。機器や車の製造ライン向けに培った厳しい品質管理のノウハウが役立っているといいます。また、装置を持つ強みを生かし、材料メーカーとの協業によるラベル材料開発にも着手しています。

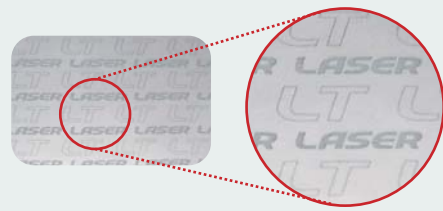
2012年は、東京都が主催する企業参加型のデザイン・事業提案コンペティション「東京ビジネスデザインアワード」のコンペティションテーマに、同社のレーザーマーキング技術が選ばれました。ビジネスプランナーなどから、同技術の新たな商品・用途開発の案が提案されることになっています。

「版もインキも不要のレーザーマーキングにどんな可能性があるのか、これからさまざまな業界での用途を開拓していきたいです」

*それまでの「気体レーザー」が使われていたものとは異なり、より細かい表現ができる「固体レーザー」を使ったレーザーマーカ―。



タック印刷のレーザーマーカ―。メーカーのレーザーマーカ―に手を加え、ロール材料への対応や、凸版印刷機との組み合わせを実現する搬送の機構など、ラベル印刷用に独自開発している



写真のようなアルミや、ホログラムでもエッジのシャープな文字が表現できる。同社では、版がいらぬレーザーマーキングの技術により、従来はコストが障害だったホログラム印刷も受注できるようになったという



株式会社タック印刷
高田 朋幸さん



株式会社タック印刷
東京都墨田区業平1-9-7
http://www.tackprint.co.jp
1965年創業。電気機器や精密機器、自動車などに貼られるラベル、シール、銘板など、紙以外の印刷に特化し、顧客の製造ラインからの要求に応じた少量多品種のラベルを提供している。1982年に欧州ラベル印刷団体が主催する第1回「世界ラベルコンテスト」で、凸版印刷機によるラベルの品質の高さが評価されて優勝。以来、同コンテストで数々の賞を受賞している

▶顧客満足度向上の名企業

一人ひとりがお客さまに注目 製造業の目でサービスをカイゼン



中部国際空港株式会社

愛知県常滑市セントレア1-1
http://www.cjiac.co.jp/



空港を訪れた誰もが利用できる展望風呂「風(フー)の湯」(上)、無料で開放され、毎日にぎわう「スカイデッキ」(下)

「利」

用者を最優先に考えた顧客満足度で世界ナンバーワンの空港を目指す

――中部国際空港の初代社長を務めた、トヨタ自動車出身の平野幸久氏が開港当時に掲げた基本姿勢は、相談役となった今も変わりません。同社が心を砕いたのは、日ごろの営業活動や商談、接客などから得られた顧客の苦情や提案を、従業員一人ひとりが漏らさず取り込み、それを社内共有することでした。

その仕組みの一つが、顧客の声を「データベ―ス化」です。顧客から苦情や要望などを受けた従業員が細大漏らさずシステムに入力し、全社的に共有して問題解決に当たるもので、寄せられる



平野 幸久 相談役

た声は集計され、意見の多いものは解決策を検討して実行に移されます。「たまたまある店舗で、私の妻が販売員に漏らした意見が、すぐにデータベースに記録されているのを見て驚きました。システムが従業員の隅々にまで行き渡っていることを実感しました(平野相談役)」

現場が聞いた顧客からの要望や苦情、提案を生かす。顧客満足度を高める第一歩は、このように顧客の声を謙虚に受け止めることではないでしょうか。

従業員の誰もが顧客の立場で考える

「データベ―ス化」と並び同社が力を入れるのは、従業員が常に顧客の立場を意識する活動です。「Be Columbus」(右面下囲み参照)制度の狙いの一つは、顧客満足度向上のための方策を、経験に縛られず自由に発想するよう、従業員に促すこと。「万が一うまくいなくてもOK。お客さまのためにチャレンジすることが大事である」と意識づ

けるための取り組みです。

また、スタッフ部門も含めた全部署から担当者レベルの社員が1年間、所属部の代表者として集まり、「CSワーキンググループ」を運営。各現場から持ち寄った困りごとなどを共有して、顧客の便宜を高めるための改善策を考えています。

このように、あらゆる部署の従業員が、常識に捉われず知恵を絞る企業姿勢を持つ同社では、「スカイデッキ」のフェンスを、航空ファンがカメラのレンズを染に通せるようワイヤー式に改良したり、伊勢湾を望む国内空港初の展望風呂を作ったりといった試みを実現。また、それまでの空港にはなかったホールやイベントプラザなども設け、会議やさまざまな発表会、「国際航空宇宙展」の開催など、空港を、新たなビジネスの機会を提供する場としても変貌させました。

製造業のサービスのポテンシャル

空港には長年磨きかけたサービス手法がありますが、「製造業の視点で見ると、空港業にはまだまだ改善の余地があることが分かりました」と平野相談役は率直に振り返ります。セントレアグループが直営する土産店や免税店などでは、トヨタ自動車の「かんばん方式」の

考え方を生かして、商品在庫数の管理を徹底することで、最新の顧客ニーズを把握し、無駄な在庫を減らして品揃えの充実につなげています。また、QCサークル活動で、事業体間のチームワークを高めたり、「PDCA」の意識を定着させたりといった効果を挙げています。

そのほか、①T字の型で、利用者の移動距離を抑える旅客ターミナルビル②手荷物搬送設備に検査装置を組み込み、国際線チェックイン時の手荷物受託による混雑を解消する日本初方式の採用――などには、作業の効率性を追求する製造ラインの構築にも似た視点が感じられます。

「業務の合理性や生産性を突き詰める日本の製造業の努力は素晴らしい」と平野相談役は製造業のポテンシャルの高さをたたえます。その努力を目の前の顧客の視点から突き詰めることが、慣習に捉われない顧客満足度向上のアイデア創出につながるのではないのでしょうか。



日本で初めて中部国際空港で導入された「インライン方式」の手荷物検査機

暮らしや仕事の楽しみを深める
さまざまな情報をお届けします。

時代を支えたチカラ 01

死罪の瀬戸際から一転、欧米教育のパイオニアに

「魂の教育」を目指した新島 襄のまっすぐな「意志」

今年のNHK大河ドラマでは、近代日本を先進的な精神を持って生きた会津生まれの女性・新島 八重の生涯が描かれる。八重の運命のパートナーとなったのが、夫・新島 襄。彼もまた、当時の日本で先進的な考えを持ち、波乱万丈の人生を生きた人物だった。なぜ、命を賭してアメリカに渡り、日本での教育事業に身を捧げたのか。その人生をたどってみよう。

死罪覚悟で渡米し、日本人初の学士になる

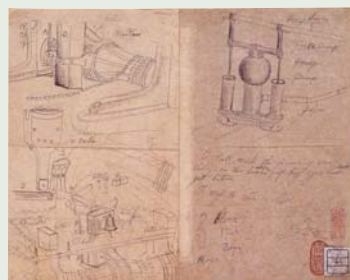
新島 八重の夫、新島 襄(以下、襄)は、今の同志社大学の創設者として知られる。襄は1843年に現在の東京・神田にある安中藩邸の下級武士の家に6人姉弟の長男として生まれた。幼名は七五三太だった。わんぱくで好奇心旺盛な少年に育ち、10歳のときにペリーが来航。その頃から欧米社会に強い興味を抱き始め、蘭学に熱中する。向学心が強いあまり、仕事を頻りに抜け出しては怒られていた。勉学に励む一方で、襄は、藩制度や階級に縛られた封建社会に強い閉塞感を感じていた。自由へのあこがれは人一倍強かった。

アメリカにおける進んだ近代社会の仕組みを紹介した『連邦志略』や、『脱国』を決意するきっかけにもなった『ロビンソン・クルーソー』など、欧米文化を伝える書物が襄の心を揺さぶった。その結果、外の世界を自分の目で実際に見たい、もっと多くのことを学びたいという思いを募らせ、自由な国を目指して『脱国』したいと考えるようになる。

当時、海外渡航は厳しく禁じられていた。しかし、襄は1864年、21歳のときに函館に行くチャンスを得、そこから死罪覚悟で上海行きの船に乗り込む。函館のボーター商会で働いていた福士 卯吉の手引き、襄の強い意志に心を動かされたアメリカ人船長セイヴォリーの助けがなかったら、このときの密航は実現しなかっただろう。そして、香港で聖書を手に入れた襄は、キリスト教の理解を深めていった。

1年の長い航海を経てボストン港に着いたものの、当初は頼るあてもなかった。襄は、船長から紹介された、キリスト教のミッションであるアメリカン・ボードの理事長で実業家のハーディに宛て、脱国の理由を訴える手記を拙い英語で3日かけて書いた。これを読み、ハーディは養父としての援助を申し出る。命を賭けて渡米してきたアジア青年の「勉強をしたい、そしてキリスト教を学びたい」という情熱に心を打たれたのだ。

襄は、晴れて地元の名門私立高校に入学。続いてアーモスト大学にも進学し、自然科学や地質学で優秀な成績を修める。そして28歳で大学を卒業し、見事日本人初の学士になった。幸いにも神学校(大学院)にも進学でき、牧師となる資格を取ったのである。



▲アメリカ留学中の勉学ノート類
▲脱国した際の襄の扮装。アーモスト大学に在学中、学友の求めに応じて再現した

岩倉使節団の秘書を経て、私立大学の創設を志す

その間に日本は明治時代を迎え、急速に近代化への道をたどっていた。襄がアメリカン・ボードの宣教師になる決意を固めて帰国への道を模索していた頃、幸運にも外交官・森 有礼に出会い、正規の留学生として認められる。さらに岩倉使節団の秘書としてスカウトされ、田中 不二麿らとともにヨーロッパ各地を回った。密航者として罪を問われる立場から、いきなり政府のトップエリートたちと祖国のために働くことになったのだ。

このときに襄は、教育や医療、福祉において日本と欧米の文化水準の差が大きいことを目の当たりにし、日本を近代化するには、欧米文化の背景にあるキリスト教を核にした知徳を教える「魂の教育」が不可欠だと考えた。今でいうリベラル・アーツ(自由な全人的教育)だ。襄は、精神教育を重視する私立大学創設という大志を抱く。

しかし、当時の日本にはキリスト教を忌み嫌う風潮があり、反発が起ころのはもちろん、国内での資金援助や協力などがまったく期待できない状態だった。そのため襄は、帰国直前にアメリカン・ボードの年会で寄付を懇願に呼びかけた。熱意は聴衆に伝わり、約5,000ドルが襄の手元に集まった。不可能と思われた夢に一步近づいたのだ。

1871(明治4)年にカナダのナイアガラの滝を見物する襄(右)



反発を受けながらも、協力を求めて奔走

1874(明治7)年、襄は私立大学設立の目標を携えて10年ぶりに帰国したものの、仏教徒たちから予想以上の激しい反発を受け、いばらの道を歩むことを強いられた。しかし襄は、病に悩まされながらも政財界から一般人まで協力を呼びかけて奔走した。

逆境の中で襄の支援者となったのは、京都府大参事(知事)の顧問を務めていた八重の兄・山本 覚馬。山本は開明的な思想家として知られ、近代化を不可欠と考えていた。彼は資金や運営について助言するだけでなく、学校設立のための土地を提供してくれた。襄は妻となった八重の支えも得て、1875(明治8)年に「同志社英学校」を開校。当初、生徒は8名、教員は2名だったが、次第に生徒や支援者の数も増えていった。

そして、ついに多くの賛同者の下、襄は1888(明治21)年に大学設立の趣意書を発表する。伊藤 博文、勝 海舟、大隈 重信、井上 馨などのそうそうたる人物が賛同してくれた。相手を説得し、協力者を得て



現在の同志社大学(京都市)

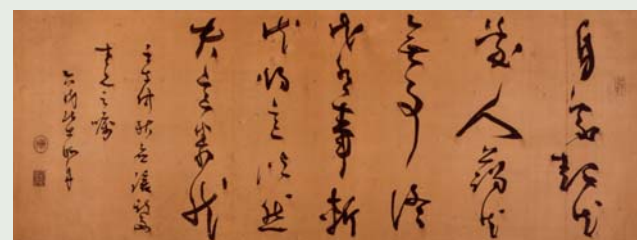


新島 襄(1843~1890)。江戸神田生まれ。教育家、宗教家。キリスト教の伝道を進め、1875(明治8)年11月、京都に同志社英学校(現在の同志社大学)を設立。キリスト教主義に基づく自由教育を実践した

いく襄の交渉術のポイントは、相手があきれられるほどの情熱と誠意にあった。襄が勝 海舟を訪問したとき、勝は夜遅くまで一方的にまくしたてた。襄はそれを黙って聞いて帰ったため、勝は「これで終わりか」と思っていたところ、翌朝6時に襄は勝を訪ね、「昨日は先生のご高論を拝聴しましたので、今日は私の話を聞いていただけませんか」と言ったという。勝をして「近来我が家を訪問する人の中に、最も珍しき人物である」と言わしめている。



1876(明治9)年、キリスト教による結婚式を挙げた頃の新島 襄・八重夫妻



1882(明治15)年に襄が勝 海舟を訪ねた際、勝からこの「六然の書」を揮毫として与えられた。襄は額に入れて自宅の部屋に飾り、自らの指針とした。

事業を実現させたのは、教え子の強い意志と高い志

1890(明治23)年、襄は寄付金を呼びかける旅の途中で病に倒れ、47年の生涯を閉じた。しかし、志を受け継いだ教え子たちが活動を続け、1912(明治45)年に専門学校令により大学として認可を受けた。

新しい物事を生み出し、社会を変えていくのは、高尚な志と強い意志。襄の生涯は、私たちにそう教えてくれるのではないだろうか。大河ドラマで襄を演じるのは実力俳優のオダギリジョー。どんな新島 襄が活躍するのか、ドラマが楽しみである。



襄の自宅書斎。在世中そのまま保存され、公開されている(新島旧邸)

◆監修:同志社大学 教授 本井 康博 ◆画像提供:同志社大学

FUJIFILM

サイエンスに裏づけられたサプリメント

大丈夫? 私のカラダ

「燃える」が長続き! タイエットに燃える方へ

「糖」と「脂肪」をブロック! アンバランスのダイエットをしたい方へ

「糖」を集中ブロック! 嫌いな甘いスイーツをサボってほしい方へ

☑ スカートのサイズが気になる

☑ 運動が好きではない

☑ 最近、体重計に乗りたくない

☑ 食生活が不規則だ

☑ 肉食女子

☑ おかわり大好き

☑ 炭水化物ばかり

メタファイア (約30日分目安(150粒) 定価 4,800円(税込))

メタバリアプレミアム (約30日分目安(240粒) 定価 5,800円(税込))

メタバリアNEO (約30日分目安(240粒) 定価 4,800円(税込))

お申込はこちらから **電話 0120-221-770**

お申込番号 S4243 株式会社 富士フィルム ヘルスケア ラボラトリー 〒107-0052 東京都港区赤坂9-7-3

FUJIFILM

PHO は、印画紙製造技術の粋を集めた富士フィルム独自の高級紙です。

「PHO」は、過酷な条件下での使用に耐える「写真印画紙用原紙」の製造技術と、徹底した品質管理の下、開発・製造している高級紙です。その優れた特性で、名刺・証明書・パッケージ・製袋など、さまざまな用途で長年ご愛顧をいただいております。一度お使いいただければ、お客さまにきっとご満足いただけると思います。

- ☑ 完全調湿済みで、伸縮や片伸びが起きない。
- ☑ 他に類を見ない平滑性と、格調高い印刷効果。
- ☑ 環境に優しい「無塩素漂白パルプ」を100%使用。

この機会にぜひ、富士フィルム「PHO」をご用命ください。

ウェブサイトで読者アンケートを実施しています。充実した誌面づくりのために、ぜひご協力ください。
抽選でプレゼントを差し上げます ウェブサイト <http://fbs.fujifilm.co.jp/>

「Magazine GC」はウェブサイトでもご覧いただけます。