

Creative Communication Firm

.think

はじめまして

私どもは、
Act & Ansewer, Assitants
スリーエー・コーポレーション
と申します。

コミュニケーションするためには
手段は選ばず、interractive web、movie、graphic、
digital books、others.
なんでもデザインする
クリエイター集団です。

私たちの仕事は 外科医に似てるかもしれません



あなたは**診察**を受けずに**手術**をしますか？
相談や意見交換、情報収集

おそらく、**悪い**ところを知りたいはず。
課題や問題点

診察を**自分自身**で行い、**手術**をお願いしますか？

おそらく**不安**だから、お願いしないでしょ。

だから、診察をしたうえで**診断を聞き**、
方法論/コンセプトワーク

それから手術を**お願い**するはず。
ゴールの設定

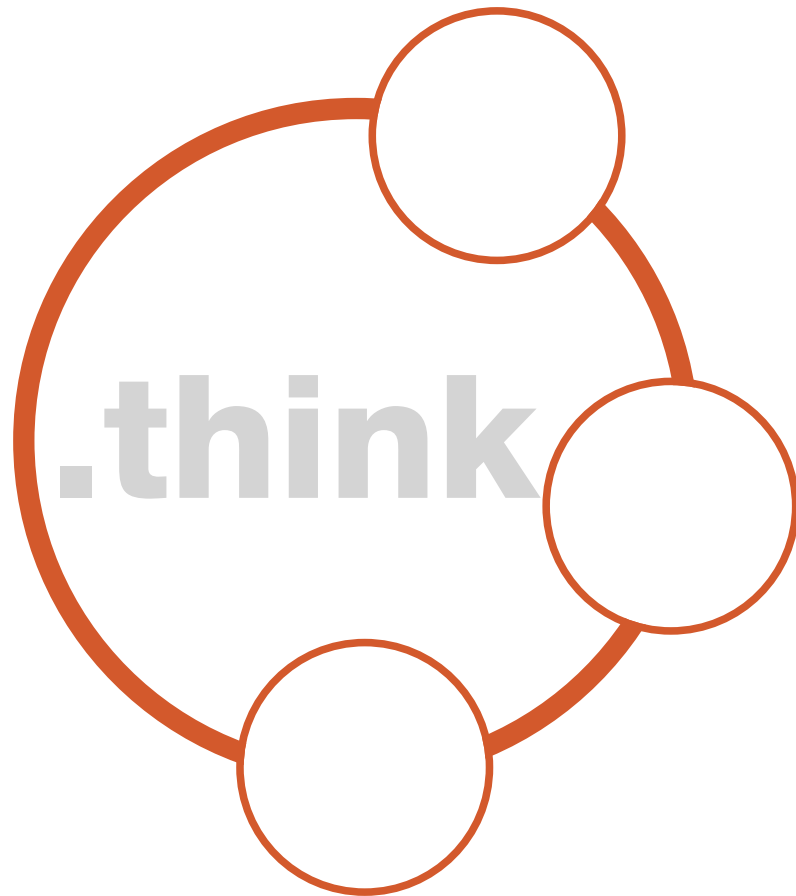
あとは**信頼**して身体を預けるしかありません。
パートナーシップ
でも、セカンドオピニオンもあります。

その後、薬・看護師・リハビリなどなど、

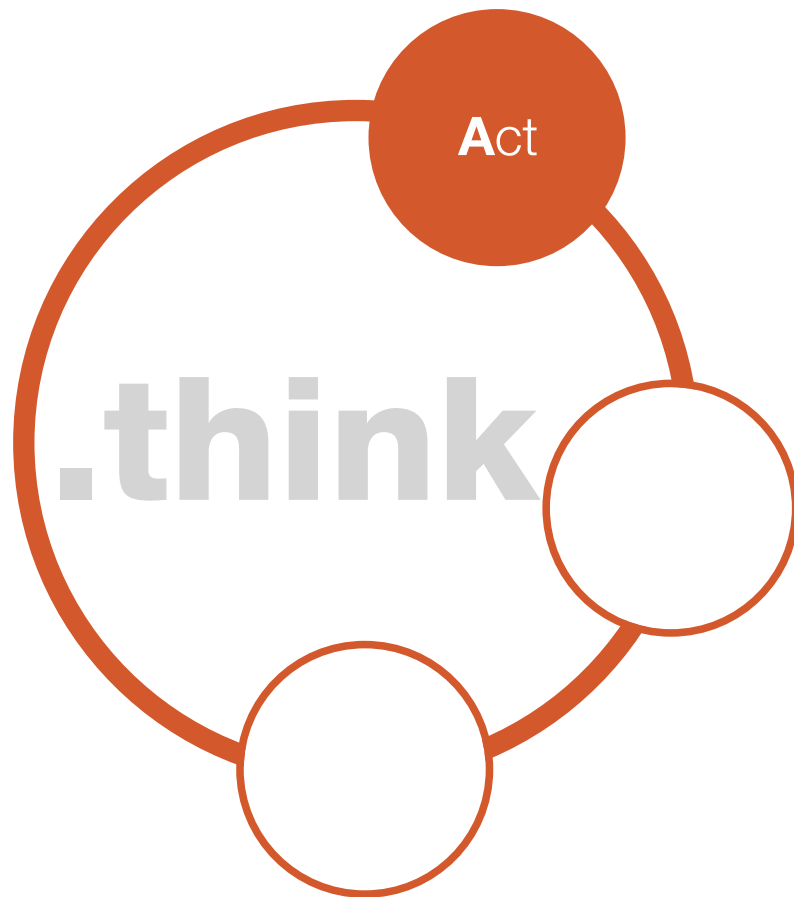
いろいろな**メンテナンス**が必要です。

その後の経過は、**カルテ**を いつでも、どこでも、どこからでも
情報共有

チェックをして自己管理をしましょう。



まずは、
一人じゃなくて、
一緒に考えよう！
というところから
はじめませんか？

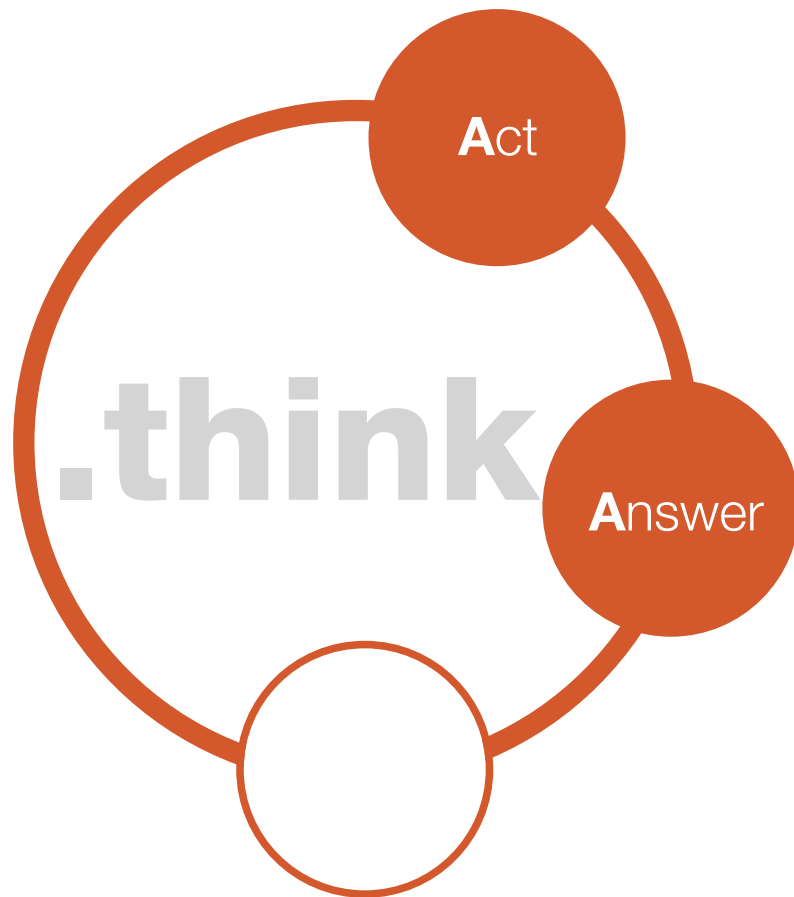


Your Action

あなたのしたい事(すべき事)の中に
私たちの
「始まり」が存在しています。

情報収集を一緒にしませんか？
持ち寄りませんか？
課題は何かを一緒に考えませんか？

何か「きづき」がうまれるはずです。

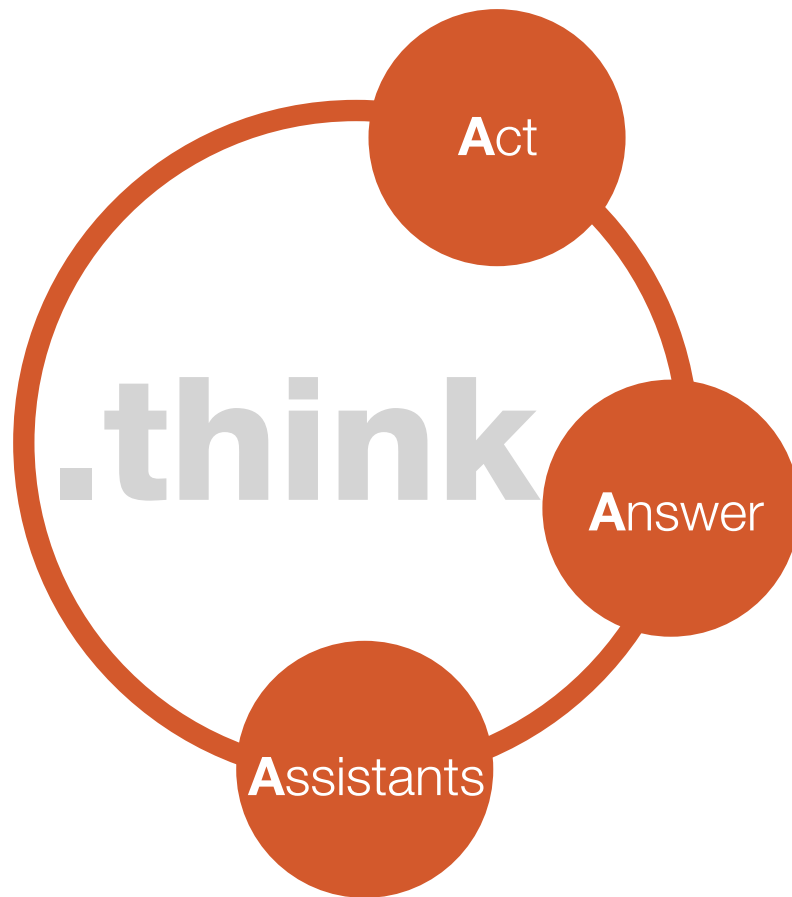


Your Answer

あなたの欲しい「答え」を導き出すために、
私たちは「応え」ます。

ゴールの設定をして、
そこへ向かう、戦略、戦術、ロードマップを策定し
実行へ移しましょう。

「答え・光・らしさ」が見えてくるはずです。



Your Assistants

私たちは、あなたの有能な
アシスタントであると同時に
あなたの最良のパートナーであり続けます。

良きパートナーでありたい。
言いにくい事も言える仲でありたい。
一緒に考え悩んで、励まし合って向上したい。

大切なモノとは長く付合いたいものです。

さいごに・・・

私どもと一緒に
生み出し・創り出すモノが、
誰かに響き、伝わり
広がって行く事が
私どもの喜びです。

.think

今の
私たちの拡張子です。

まずは、
一人じゃなくて、
一緒に考えよう！
というところから
はじめませんか？

企業価値向上に向けた コミュニケーションの3つの課題

新しい事業を含むグループ企業として成長している一方で、設立当初から受け継がれた会社への帰属の意識は、年齢層やグループ企業毎に変化している場合があります。M&Aを通じて新しくグループ社員となったり、新入社員の方には、企業文化を中心としたグループへのロイヤルティーに対するコミットメントの定期的なメンテナンスが不可欠です。

1 〈経済価値・社会価値向上に向けて〉 外部（顧客・社会）とのコミュニケーションの整備

企業が変革し、事業・サービスの内容や市場での位置づけが多様化するにつれて、ステークホルダーには企業の“真の姿”が見えにくくなっていきます。企業の強みや活動とステークホルダーの認識とのギャップがひろがると、企業の経済・社会価値に大きな影響をもたらします。コミュニケーションに対する認識不足やツールの不備、担当者（窓口）の不在などにより、顧客に対する十分な対応ができない場合もあります。

2 〈人間価値向上に向けて〉 社員のコミットメント意識を高めるコミュニケーション

従業員一人ひとりが持つ能力を高め、企業価値向上に結びつけるためには、モチベーション向上のための制度やプログラムに加え、自らが属する企業へのコミットメント（主体的に参画する）意識の向上が必要です。そのためには、企業が持つ理念やビジョン、事業の方向性、従業員個々の仕事への意識などを共有化するためのインナー・コミュニケーションが有効です。

3 〈企業価値向上の基盤として〉 企業文化の再確認

社内外へのコミュニケーションにあたっては、すべての企業活動の基盤となる企業文化の再確認が欠かせません。

企業文化の定義

企業の構成員が共有する共通の**価値観**や**行動様式**のことです。創業者の価値観や経営理念、組織に刷り込まれた学習経験など、企業のこれまでの歴史を反映し生成されたものです。

課題を解決する コミュニケーションの基本方針

現状の抱える課題の解決には、単なるツールやWebサイトの改訂にとどまらない、抜本的なコミュニケーションの改革が必要とされます。当社では、以下の3つの方向性から、新たなステージへと飛躍させるコミュニケーションプランをご提案します。

1 顧客視点での企業ビジョンの洗い直し

- 顧客にとっての御社ならではの**特長**、強みを明確にする
- グループ内での事業の棲み分けを明確にし、シナジー効果の発揮をうながす
- 事業視点ではなく**顧客視点**の企業ビジョンを策定し、共有化する
- 策定されたビジョン体系に基づき、**コラテラル・デザイン**の統一を図る

2 顧客オリエンテッドなコミュニケーション

- 顧客に提供できる**ベネフィット**をコミュニケーションの中核とする
- 顧客に対する実績を整理し、**情報資産化**する
- 得意分野に関わる**顧客情報サービス**、**コンサルティング**を行う
- コミュニケーションツールを**顧客視点**で整備する
- 顧客とのコミュニケーションのための**窓口**など組織整備

3 インナーコミュニケーション

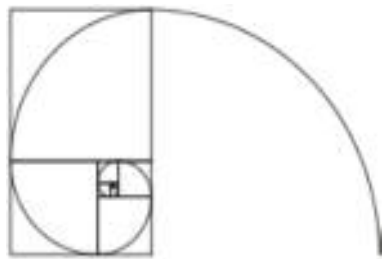
- 社員に対し**アイデンティティ**の再認識をうながす
- 御社の持つ**技術力**、**ナレッジ**の共有化を図る
- 顧客への**積極的なサービスマインド**を醸成する
- 個のスキルを超えた**企業体**への**コミットメント意識**を活性化する
- これらの施策が**企業文化の確立**につながる

付録 De-signって、おもしろい

美しいカタチはシステムを持っている。

人はなぜ、花を見て美しいと思うのでしょうか。
夕日を見て綺麗と思うのでしょうか。
理由はきっと人それぞれにあると思います。
何かを見て美しいと思ったり、綺麗だと感じたりするのは、
豊かな人間性の表象なのかもしれません。
ところで、人間が美しいと思うものの中に、
黄金律があるのをご存知ですか。
例えば様々な比率の四角形の中でも、
縦と横の比率が 1 : 1.618 の四角形がもっとも美しく見えます。そ
して世の中にある名刺やクレジットカードなども、
この比率でつくられています。
他にも何気なく手にしているものの中に、
この黄金律が活かされていることは間違いありません。

次回は「f分の1ゆらぎ」について……



愛しているの形、愛したの形

問題です。
「彼は愛する」
「彼は愛している」
「彼は愛した」
「彼は愛するだろう」の4つを楕円を使って表現してください。

さて、あなたはどんな答えを出しますか？
一人の心理学者が考えた答えが下の図です。
愛するは水平の楕円形、現在進行形と未来形は右上がり、
過去形は逆に右下がりになるのだそうです。
これって、深層心理テストに使えるそうですね。

「今の私とのおつきあいをどう思っているか、楕円形で書いてみて」つ
て。勇気のある人は次のデートの時にでも使ってみてください
(答えの正当性は保証しません、念のため)。



愛する
<現在形>



愛している
<現在進行形>



愛していた
<過去形>



愛するだろう
<未来形>