

ippニュース編集委員会

第3回委員会

2021年12月15日（水）午後6時

（ZOOMリモート会議）



日本包装管理士会

出席者

期番	名前
55期	栗飯原 貴人
51期	羽馬 友子
23期	古井 真夫
23期	道明 誠

議事

- 当委員会 進め方協議

第2回委員会（前回）で出された提案を再考し各委員からそれぞれコメントを述べ、短期計画でできること、中長期で行うことを話あった。

- 次回以降のリモート会議 日程調整

次回（第4回） **2022年1月20日18時よりZOOMにて会議**

次回のアジェンダは、

正月に新聞発表される2022年法令改正予定の記事から、各委員はこれを確認し、「管理士どうしを繋げるためのトリガー勉強会」（サロンのような会合）に向けた準備を進める。第4回委員会において、各委員から確認結果を報告しテーマの絞り込みを行う。

以上の内容で進めたいと思います。

前回提案の再考とコメント

SDGs取組みについては、
リサイクル対応に向け、包装材メーカー各社がどう対応されるのか？
が非常に気になるところ。

どのメーカーも**コスト調整で苦勞**されるのではないかと考え、
何とか包装管理士会で共有し解消できないかと思い提案した。

- ・ SDGsに関してどこまで対応するのか？というのが各企業の課題となる。
- ・ SDGsはまずどのようなことが求められているのかを理解することが重要。
- ・ 「コスト」の問題はSDGsに限らない。
TV報道では、今年(2021年)から来年にかけて、生産コスト・原料コストの値上げが顕著。この値上げ状況を逆手にチャンスと捉え営業活動（客先との交渉）をすると良いといった提案もされていた。これまでは「品質の良いものを安く」という日本的発想は、そろそろ転換する時期を迎えている。という話題が報道されていた。

会議後の情報

- ・福井市にある容器メーカーの対応の記事

日本包装管理士会 関東支部
@ippKanto

プラスチック容器メーカーが脱プラ製品 福井市の「西端プロー」(福井テレビ)
#Yahooニュース
news.yahoo.co.jp/articles/3b6fd...

#脱プラ



われわれの業界では脱プラ 環境問題に
対する動きなど 率先して取り組む必要がある

news.yahoo.co.jp
プラスチック容器メーカーが脱プラ製品 福井市の「西端プロー」(福井テレビ...
近年、レジ袋が有料化されたり海洋ごみの問題がクローズアップされたりと、プラス
チックごみに対する意識が高まっている。そうした中、県内で、プラスチック製品を...

https://www.fukui-tv.co.jp/?post_type=fukui_news&p=145371&page=1

前回提案の再考とコメント

前回の提案内容	いいね♪	コメント
包装管理士を 包材について業種別にグループに分けて、 その中で 話題を出し合い、議論	like	
リーダーが取りまとめ 共通課題として絞り込み 具体的に内容、期限、方向付けをする。		
会議を地域ごとに取りまとめ		オンラインではなく対面が向いている。 地域ごとの会のなかで上欄の議論等を実施して、 地域ごとに取りまとめ、全体をまとめて公開、の流れ...?
テーマ別に短期課題、長期課題として取りまとめ		
各グループ内で、共有すること		
業務課題、トラブルなど 相談に応じるスペースが必要	like	自分も すごくほしい のでスペースは作りたい。 ただ、まだ双方向コミュニケーションが出来るだけの 基盤が作れていない ので、 まずはFAQづくり になるかなと。

前回提案の再考とコメント

<p>コンセプトの明確化 集まらないでも繋がれるしくみづくり イメージ一新、発信力の強化 会員外包装関係者も集まる魅力（価値）の提供</p>		
<p>会内部でのコミュニケーション強化 会員専用ページの開設</p>		<p>日本包装専士のホームページ内の会員専用ページをお勉強させていただくことから始めて、徐々にカラーを出していく。</p>
<p>会内部でのコミュニケーション強化 ニュースリリース寄稿ページの開設</p>		<p>下欄の[会員のNR]と同じ。企業の広報担当者は1つでも多くリリースする専門媒体を増やしたいと思っているので、個別投稿のいい受け皿になるかなと。ホームページのリスト投稿で一覧化が一番早い。</p>
<p>集まらなくても繋がるニューノーマル オンラインイベントの拡充</p>		
<p>集まらなくても繋がるニューノーマル 会員主体のビジネスプレゼン 取り組み紹介セミナー</p>		<p>現状実施しているものを活発に。 講師側/受講側双方のメリットをまとめて提示。 受けてくださる方を募って、定期開催。</p>
<p>HR（NR）のイメージ一新</p>		<p>htmlとcssで書くものはホームページに依存するのですぐには出来ないがPDFで出すものに関してはすぐに対応が可能。ただしPDFでのリリースがイマドキかと言われると...</p>

前回提案の再考とコメント

<p>発信力の強化 内容の充実 ページ表示幅拡張 お知らせ・各種案内の発信 画像増加で視覚効果向上</p>		<p>参考にすべきは日本包装専士会のホームページ。 ページの表示幅やどこに何があるかが分かりやすく、 イメージ戦略もいい印象を抱く。Wordpressを用いているので 多少の専門性が必要なため、更新頻度とスピード感は要相談。 個人的にはノーコードツールを推したい...</p>
<p>HPのセキュリティアップ</p>	<p>like</p>	<p>httpは出来るだけ早くhttpsに変更...</p>
<p>話題をテーマにしてコンテンツ化する 会員のNRを集めて紹介し記事化 会員のQAを募集し回答を記事化 包装業の話題やちょっとした話をブログ化 >NOTE 活用</p>		<p>[会員のNR]企業の広報担当者は1つでも多くリリースする専門媒体を増やしたいと思っているので、個別投稿のいい受け皿になるかなと。ホームページのリスト投稿で一覧化が一番早い。 [会員のQA]古井さんが挙げられている"業務課題、トラブルなど相談に応じるスペース"の最初のアクションとして双方向に進む前のニーズ確認が出来るかなと。 [ブログ化]noteが早い。執筆は私自身の勉強のためにやってみたい です...月2本程度だとは思いますが...</p>
<p>ミレニアム世代以降の会員声掛け 「体験にお金を掛けたい世代」に共感を提供 若い世代からの発信を多様性の一部に</p>		<p>道明さんが挙げてくださっているプロセスエコノミーを重視。 ミレニアル世代以降がよく利用するSNSに広報を注力。 その時のコンテンツはなるべく平易に、身近に。</p>

前回提案の再考とコメント

<p>プラットフォームを作ったり、ゆるい勉強会（幅広い分野）を実施し、宣伝活動を行う。</p>		<p>ippとして1つのプラットフォームをオンライン上に作成し、古井さんが挙げられている"包材"について業種別にグループに分けるかたちで分野ごとのゆるい勉強会が無難?</p>
<p>上司の理解も得られる形で、会に参加しやすい環境を整える</p>	<p>like</p>	<p>下欄にある若者支援コンテンツをそのまま提出して理解を得られるようなものとFAQを作成しておく。</p>
<p>上司（優秀な方が多い）は、最終的にはセミナー講師をお願いするような形も模索</p>		<p>古井さんが挙げられている"包材"について業種別にグループに分けて、業種ごとのテーマセミナーを循環するような万遍ないセミナーを考えてみたい。</p>
<p>「ネットワークを築くメリット」や、「あなたはどうか?」といったことを、講座の一部にグループセッションで組み込み討議し、現場の若い人にわかってもらう。</p>		<p>講座の一部として討論するには少し一般論に近くなって、講座全体の流れからずれてしまわないか心配。講座終了時の全員参加の何かの機会に訴求できればいいのかもしれない。</p>
<p>若い人はそこで得られた意義（繋がり的重要性）を上司に説明したり、広報の方で若者支援コンテンツを流す</p>	<p>like</p>	<p>"ippに入会するメリット"のようなパワポ資料をデザイン性高く数ページで簡潔に作成して流すのが初手かなと。ただし、出来るだけ数値効果があることと生の意見を載せる方が"共感を生む広報"になりやすい</p>

前回提案の再考とコメント

<p>参加者の興味あることや、新しいトピックスを発表し合う場を新設する。 (もしくは、当委員会自体をサロン化する。) 最近目にした新しいワードや 新製品、新しいしくみ 最近購入した商品や書籍の紹介や感想 最近参加したイベントの紹介 最近のニュース、時事、制度（法令、規格等）</p>	like	<p>ホームページもしくは下欄にあるSNSなどでシリーズ化して発信する流れが分かりやすいかもしれない。特に独自のハッシュタグで検索しやすい流れを作るのはありかなと。 ただ法令や規格の部分についてはファクトチェックを含めた対応が必要。</p>
<p>伝達媒体（メディア）の見直し・または再構築により、もっと気軽に入れるしくみ、コストのかからないしくみを導入 Instagram, Facebook, TwitterなどのSNS活用 Youtubeのアカウント、 MS Teams, Trello, サイボウズなど グループウェア活用</p>	like	<p>SNSではFacebookは衰退期にあってログインするユーザーが減りつつある。またInstagramは画像媒体が得意なのでTwitterが現実的に導入しやすいのではないかと考える。 このほかであればnoteが導入しやすく、若者支援コンテンツも流しやすいかと考える。 グループウェアはあまり詳しくないのでコメントは控える。</p>

前回提案の再考とコメント

- ・ **寄せ鍋理論の適用検討**

相手に「いまから私と話をしましょう。そのための時間をください」と言えば相手は警戒するが、おいしい寄せ鍋を食べませんか、とえば、ああ、行きましょうということになるという理論。

<https://note.com/shuoh/n/nd1652b56e129>

- ・ **困った問題をどう吸い上げるか**

ということが課題になる。と思う。大事なプロセスになる。

- ・ **発信力、サロン化は全面的に賛成** ただし、
- ・ **共通話題、どういう課題を選定するかは基準が必要。**

- ・ **ネットワークをどう作り上げるか**

ということが課題になる。

前回提案の再考とコメント

- テーマを絞り込んで最初から何を話すかを強調してしまうと、かえってギクシャク。
 - 「この問題どうなのかな」と話題にすれば良い。＞会合を持つのが先決
 - 参加しやすい環境、ゆるい勉強会がベースになると思う。
 - テーマを決めない方が良い。
-
- ちゃんとしたプラットフォームを作っておくのは大事なことと考える。
 - リアルで集まらなくても繋がれるという環境はどうしても必要。
 - ゆるくて良いので、まずスピード感を持って人を集め対応することが必要。
 - 思考錯誤での進め方は問題ないと思われた。きちんとシリーズ化はできそうな流れである。
 - サロン化に付属するSNS関係は、すでにあるものを強化する形なので、スピード対応可能ではないか。
-
- テーマはガチガチに決めると入りにくいし、ゆるいので良い。
 - ですが、ある一定のテーマは最初に必要。それが最初から最後までということではなく、取っ掛かりとする。

まとめに向けたコメント

- 委員のコメントを受け具体化していけば、中期的コンテンツは、充実することが見えて来た。
- ただし、プラットフォーム提案に関しては、本部できちんと協議が必要。
いずれは実施可能と思われる。本件は、必ず中期計画に繋げていくこととする。
- 短期戦略としては、話題作りとしてZOOMを活用したサロン形式の会合をもち、全国管理士の参加者を集める。
- 今回（第三回委員会）は具体的路線を明確に打ち出すこととする。
- 前回、提案で示した「法律・ルールの改正」の件
- 正月に出てくる記事を4人で共有して、調査、報告する案は、時期的にも良いし、内容的には会社側も参加承認しやすいネタとなるので良いと考えた。
- 委員各位の同意を得たため、正月記事を各人が確認し興味ある法令・ルールについてチョイスをし次回その結果を発表し、サロン化の具体化を進める。



1月3日日本経済新聞に掲載される記事

当該年に改正される法律

包装関連・会社関連など関連**法令**をチョイスし、その改正**内容や動向をつぶさに調査** > **サロンで報告**

その他の話題

- 「目的の重要性について」
ポッドキャストで興味深い話題をやっていたので、情報をシェアします。
興味がある人は視聴してみてください。
- <https://podcasts.apple.com/jp/podcast/%E8%B6%85%E7%9B%B8%E5%AF%BE%E6%80%A7%E7%90%86%E8%AB%96/id1567192930>

#34 目的は本当に手段より大事なのか（前編） 【超相対性理論】

#35 目的は本当に手段より大事なのか（中編） 【超相対性理論】