

## はじめに

デジタル化、機械化の進む昨今、来店者や利用者増あるいはファンづくりの一手として、“手書き文字”は必須のアイテムとなり得ます。本誌では、組合員・利用者や職場の誰からも信頼を得られる美しい文字の書き方と、支所店の魅力と価値を伝える店頭ボードの作り方を取り上げています。JAならではの、温かみのあるコミュニケーションの一助となれば幸いです。

## もくじ

### PART 1 | 美しい文字を書こう

- 04 **LESSON 1** 美しい文字とは
- 05 **LESSON 2** ビジネスシーンにおける美文字の効能
- 06 **LESSON 3** 美しく書くコツ その1 ▶書写と点画
- 09 **LESSON 4** 美しく書くコツ その2 ▶筆順
- 11 **LESSON 5** 美しく書くコツ その3 ▶文字の組立て
- 13 **LESSON 6** 美しく書くコツ その4 ▶文字の大きさと字間
- 14 **LESSON 7** 速く美しく書くには
- 17 **LESSON 8** 平仮名
- 18 **LESSON 9** 片仮名
- 19 **LESSON 10** 数字・漢数字
- 20 **LESSON 11** アルファベット
- 21 **LESSON 12** 業務でよく使う文字  
〈練習用シート〉

### PART 2 | 魅力的な店頭ボードを作ろう

- 26 **LESSON 1** 販促の役割は3つ
- 27 **LESSON 2** 価値を伝えるために大切な視点
- 29 **LESSON 3** 伝えるための3つのシナリオ
- 30 **LESSON 4** 異業種の店頭ボードから学ぶ
- 32 **LESSON 5** 魅力的な店頭ボードの作り方 その1 ▶「型」を知る
- 34 **LESSON 6** 魅力的な店頭ボードの作り方 その2 ▶キャッチコピーの  
ポイント5つ
- 36 **LESSON 7** 魅力的な店頭ボードの作り方 その3 ▶ネタの集め方
- 37 **LESSON 8** 魅力的な店頭ボードの作り方 その4 ▶魅せ方と装飾
- 38 **LESSON 9** 魅力的な店頭ボードの作り方 その5 ▶色と文字
- 40 **LESSON 10** 店頭ボードを見直してみる
- 42 **LESSON 11** これは使える！定番のワザ
- 43 **LESSON 12** たかが店頭ボード、されど店頭ボード

# PART 1

## 美しい文字を書こう

この PART は、読みやすく整った文字を書く LESSON です。「文字は人なり」といわれるように、手書き文字からあなたの心を伝えることができます。手書きの良さを再確認するとともに書く技術を磨き、信頼される JA 職員としての魅力アップを目指しましょう。



## 1 そもそも「美しい文字」とは

「文字を美しく書きたい」という願望は多くの方の願いだと思います。「文字を美しく書く」とは、「文字を正しく、整えて、読みやすく書くこと」といえます。文字は、ある事柄や考えなどを伝達・記録することを目的に作られた記号です。したがって、書き手自身は

もちろんのこと、他者がその文字・文・文章を見て、読んで、その内容を確認することを目的としています。つまり、文字を書く行為、書かれる文字は、他者に見られることを前提としているのです。

## 2 美文字の意味

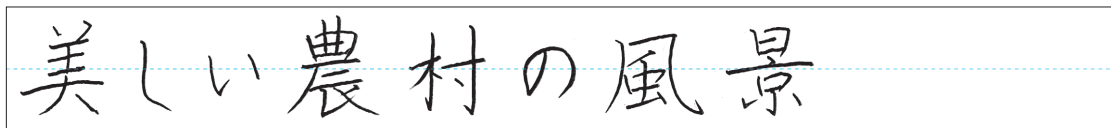
書き文字は、伝達機能だけではなく、書いた人の個性や人柄をも表出します。漢字や仮名は長い間毛筆と墨によって書き継がれてきました。これらの用具・用材の特性が文字の線や形に無限の可能性を与え、そこに個性の発露を促し芸術性をも加えることができたのです。書き文字は、伝達記号としての「用」の側面と芸術性としての「美」の側面が兼ね備わった「用美一体の文字」といえるでしょう。

数年前からいわれている「美文字」は、主に、硬筆

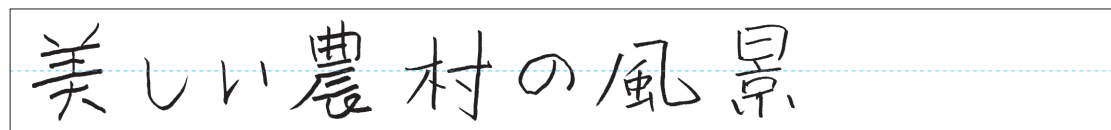
による事務的・実務的業務の場で求められている好感度の高い文字を指すことが多いようです。すなわち「用」の側面が強いのですが、「文字を整えて」書くという点においては、芸術でいうところの「整齊美」と同等の意味であるといえるでしょう。

「文字を正しく、整えて、読みやすく書くこと」が仕事場で遺憾なく発揮することができれば、仕事に自信をもって臨むことができ、同僚にも組合員・利用者にも信頼されることができるでしょう。

■ 美文字に近い書き方 字形が整い、文字の大きさや字間が適切である



■ 美文字とは言い難い書き方 字形が不安定で文字の中心にバラつきが見られる





JA徳島市徳島支所

# PART 2

## 魅力的な 店頭ボードを作ろう



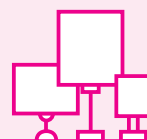
JA能登わかば鳥屋支店

このPARTは、手書き文字を活用した店頭ボードの作り方 LESSON です。単に商品・サービス名ではなくその価値に着目した言葉の選び方、見た人が行動したくなる見せ方を知り、店頭の魅力アップを実現しましょう。

※実際の店頭ボード作成にあたっては、広告物作成のルールに従った文言・表現を使用する必要があります。



JA徳島市佐那河内支所



## 1 知っているだけで違いが出る！ 販促の役割とは

業務の中で店頭ボードを書いている皆さん、本当にお疲れ様です。おそらく、ご自身で試行錯誤しながら書いているのではないのでしょうか？ そうして考え、時間をかけたわりには「反応が悪い」「あまり見てもらえない」などの不満はありませんか？

どうせ店頭ボードを書くなら、ぜひ来店者に見てもらいたい！ 反応もほしい！ そう思っている方は、ここから紹介する知識をぜひお役立てください。ここからの LESSON の内容は、大手から小規模の商店まで1,500社以上の企業やお店の活性化のお手伝いをしながら創り上げてきたものです。多くの実績がある内容を、ぜひあなたのものにして活用してください。

さい。

さて、ここで質問です。

店頭ボードはもちろん、POPやチラシ、DMなど「販促（販売促進）」といわれるものの役割を考えたことはありますか？

まず、店頭ボードなどを「何のために書いているか」、これを整理するだけで「何を知る必要があるのか」「何を学ぶべきなのか」がかなり明確になります。例えば、「店頭ボードを書くために学ぶ」より、「反応を出すために学ぶ」ほうがわかりやすいでしょう。

実は販促には大きな役割が1つ、そして、それに伴う役割が2つ、合計3つの役割があります。

## 2 販促の役割は大きな1つ+2

### 役割1 価値を伝える

販促での一番の役割は「価値を伝えること」です。店頭ボードやパンフレットではその商品やサービスの価値を伝える、会社案内やホームページでは会社の価値を伝える、そのほか名刺では個人の価値を伝えると考えてみてください。

どうしてかという、どんなに良いものでも価値が伝わらなければ存在しないのと同じだからです。「キャンペーンを活用してもらったらわかるのに……」「共済に加入してもらったらわかるのに……」と考えていても、それが伝わってなければ結局活用してもらえないし、加入してもらえないので、存在していないのと同じです。だからこそ、「価値を伝える」にはどうするかが大切になるのです。

### 役割2 目にとまり、興味をもってもらう

一番の役割が「価値を伝えること」なら、そのための最初のステップが「目にとまり、興味をもってもらう」ことになります。

まずは来店者の目にとまらないと何も始まりませ

ん。どうやって目にとめるかも、とても大切です。

### 役割3 最終的に、行動してもらう

もちろん、最終的には「行動してもらう」ことが役割になります。興味をもってもらい、価値を伝えたら行動してもらえるのかというと、そう簡単なものではありません。行動とは「相談窓口に来てもらう」「資料を取ってもらう」「担当者を呼んでもらう」などです。

具体的に行動してもらうためにはどうすればよいのかも大切です。

## 宮澤正明 (みやざわ・まさあき) ※ PART 1

1952年静岡県生まれ。二松学舎大学大学院博士課程満期退学。元都留文科大学助教授。現在、山梨大学名誉教授、二松学舎大学大学院講師。全国大学書写書道教育学会会長、全国大学書道学会会員、全日本書写書道教育研究会副理事長、毎日書道展会員、日本書写技能検定協会理事。新学習指導要領改訂に関する、中央教育審議会(中教審)国語ワーキンググループ委員を歴任。小・中学校書写教科書(光村図書)編集代表。著書に『常用漢字書きかた辞典』(二玄社)ほか多数。

## 松野恵介 (まつの・けいすけ) ※ PART 2 LESSON 1~7, 11,12

コトマーケティング協会 代表理事。大学卒業後、京都の老舗呉服問屋に入社するも、若くしてリストラにいい心身ともにボロボロになる。そこから這い上がってマーケティングを勉強し、マーケティング・コンサルタントとして独立。お客様との「つながり」をつくり出すことが得意で、コトマーケティングを活用し数々の実績をあげる。笑顔とあこびげが印象的。現在は大手企業から中小企業まで多種多様な企業のコンサルティングを手掛け、17年間で1,500社以上の売り上げアップに貢献し、全国の温泉地、商店街の活性化や大学の客員教授などでも活躍中。2016年より現職。著書に、『お客様が集まる! ぼくだけの売り方』(すばる舎)など多数。

## 伊坂光恵 (いさか・みつえ) ※ PART 2 LESSON 8, 9,10

コトマーケティング協会 シニアコンサルタント。大手酒造メーカー、老舗の米菓販売、リラクゼーション業界、飲食業界等、5社5業種で20年にわたり、累計10,000件以上の売り場作りと販促POPの制作を経て、女性活躍アドバイザーとして繁盛POP制作やPOPの作り方セミナー講師・コンサルタントとして店の売り上げアップに貢献する。

**JA金融法務** 2021年11月増刊号  
(通巻617号)

### 営業店の魅力アップ! 美文字&店頭ボード 書き方レッスン

2021年10月20日 印刷

2021年11月1日 第1刷発行

定価 1,100円 **本体1,000円**

年間購読料 7,700円 **本体7,000円**

(年1回増刊号および送料含む)

著者 宮澤正明 松野恵介 伊坂光恵

発行所 株式会社経済法令研究会

編集人 松倉由香

辻角果月

発行人 志茂満仁

印刷・製本 あづま堂印刷株式会社

表紙デザイン・DTP 清水裕久 (Pesco Paint)

\*禁無断転載 © / 落丁・乱丁本はお取り替えいたします。

本社 〒162-8421

東京都新宿区市谷本村町 3-21

電話 03-3267-4811 (代表)

03-3267-4823 (制作直通)

FAX 03-3267-4955

営業所 東京・大阪・名古屋・福岡

### 経済法令グループ

#### ホームページ会員登録のお勧め

会員登録(無料)により、2,200円(税込)以上のご購入で商品の送料が無料となります。次回から購入(申込)手続きが簡易化されるほか、購入・申込履歴のご確認、管理に便利なマイページ機能がお使いいただけます。

経済法令研究会 <https://www.khk.co.jp/>