

令和3年6月15日発行(毎月1回15日発行)第99号 通算530号 発行所 ©公益社団法人 仙台中法人会
編集 公益事業委員長 喜早 貴大 広報事業小委員長 佐藤 圭一郎 発行人 会長 田中 善一
〒980-0811 仙台市青葉区一番町二丁目3番22号 仙台ビルディング6階 TEL:022-263-0152 FAX:022-261-0488



東北大学工学部 中心通

- ・ リモートでもササるプレゼン
- ・ ビジネスメール 基本とマナー
- ・ コロナ禍の今こそ発酵食品で免疫力UP！
- ・ 自然災害に関連した消費者トラブル
- ・ オンライン化時代に成功する伝え方・話し方
- ・ 健康情報 いよいよ始まる新型コロナワクチン

- P.1 インタビュー (富田マテックス(株) 代表取締役社長 富田和彦氏)
- P.2~3 フォトニュース (Photo eye)
- P.4~5 リモートでもササるプレゼン
- P.6~7 ビジネスメール 基本とマナー
- P.8~9 コロナ禍の今こそ発酵食品で免疫力UP!
- P.10~11 自然災害に関連した消費者トラブル
- P.12 オンライン化時代に成功する 伝え方・話し方
- P.13 【健康情報】いよいよ始まる新型コロナワクチン

けやき

●抗体免疫を高めるコロナワクチン接種を巡りマスコミの狂想曲が姦しい。首長が感染したら有事に対応する責任があるとして、早々に接種したり、また余備が生じたら、首長が優先接種する自治体まで出ている。有事には、職務代位者を定めているにも関わらずにである。ここに来て、大事な議論をしている国会議員に先行接種せよと求める議員の声も出てきている。落胆を禁じ得ない。

●今から10年前の東日本大震災の大津波来襲に、防災無線で住民への避難を呼び掛け続け、多くの命を救ったものの、自らは犠牲になった南三陸町の女性職員(当時24歳)がいる。命を懸けた役場職員であった彼女の足跡を前に、「ワクチンは国会議員や首長である私に優先接種を」と言えるのだろうか。南洲遺訓の中で、西郷隆盛の「命もいらず、名もいらず、官位も金もいらぬ人は、始末に困るものなり」との教えがある。今一度、玩味したい(S)

東北大学工学部 中心通

東北大学工学部・青葉山キャンパスの中心通りです。通り沿いには工学部の各施設が立ち並んでおります。通りは緑豊かなけやき並木になっており、東西の端から下って上がる通りのため、一本通りが一望できます。大好きなおすすめポイントです。



表紙絵提供:株式会社孔栄社 画家:土橋征史氏

Message

私は自分の脳ミソを100%使います。だから死ぬときにはゼロになっていますよ
(山善 創業者 山本猛夫)

ものづくりの発展を支える 総合商社



(写真左)

専務取締役
富田 淳一郎さん

(写真右)

代表取締役社長
富田 和彦さん

富田マテックス(株)

青葉区一番町1-17-26 仙台TMビル2階
(公社・仙台中法人会 一番町一丁目・片平支部)

material (材料)と2つのquality (会社品質、社員品質) を追求する
富田和彦さんにお話を伺いました

信頼が証明する技術

昭和29年、創業者である
実父が富田興業(株)を設立し、
平成14年、富田マテックス
(株)に社名を変更した。

現在は、創業当初からの
主力事業である鉄道車輛関
連部品の販売に加え、建造
物には欠かすことのできな
いガスケット・パッキン等
のファイバーシール材の加
工・販売や、自社ブランド
を持つシリコン製品の開
発、最先端技術の放射光を
利用した材料分析評価事業
等を中核に、総合商社とし
て幅広く事業を展開してい
る。

中でもシリコン事業に
関しては、群馬県太田市に
北関東営業所と特化事業部
を構えて、躍進的發展を遂
げている。

特に医療用途向け分野で
は、義手、義足、人工乳房
の特殊シリコン開発にお
いて、これまで困難とされ
ていた人肌の質感の再現や、
着剤や接着剤などを塗布す

ることなく胸部に装着でき
る人工乳房の開発等、改善
に改善を重ねて大きな成功
を収めている。

これもひとえに長年培つ
てきた豊富な経験と高い技
術力の賜物であると自負す
ると同時に、困っている人
の「生きる」の支えになっ
ていることは誇りであり、
社会に貢献できている実感
が意欲に繋がっているのだ
と語った。

長く選ばれ続けるものに
は共感を得るストーリーが
必要であり、そのストーリ
ーがヒストリーを紡いでい
くのがものづくりの本質で
あると持論を明かし、それ
には「人・もの・技・知恵」
のひとつも欠けてはならな
いのだと語った。

富田さんの 心技伝承

富田さんは40歳で社長に
就任して、今年で30年の節
目を迎える。

そして今年、ご子息の淳
一郎氏も40歳になることを
好機と捉え、事業承継に向

けて準備を進めているとの
こと。

誰が教えたわけでもなく、
いつしか自然と後継者にな
る心構えが構築されていた
ことが嬉しくもあり、企業
の存続・発展に欠かせない
事業承継は経営者の大きな
使命でもあるので、道筋が
見えてきたと安堵の表情を
浮かべた。

新型コロナに翻弄され、
ものごとの進め方や考え方、
価値観に至るまで、生活の
全てが一変した1年半だっ
たが、既成概念をなくし、
制約のある中でいかにして
ニューノーマルに適応した
企業活動ができるか戦略を
模索してきたという。

そしてたどり着いたのは、
改めて自社の強みは「もの
づくり」であること。あら
ゆるプロジェクトをものづ
くりから成功に導くことが
できる総合商社の強みを活
かし、ニッチな分野ではあ
るが、人々の生活と地域に
根差し、地域社会の発展に
寄与していきたいと今後の
展望を示した。

Photo Eye

いま、中法人会は

よくわかる経理の実務手ほどき講座

5月13日、震災復興記念館にて仙台市内の3法人会共催で開催された。

講師を務めた中小企業診断士で㈱プロモーターズカンパニー代表取締役の石井アサ子氏は、簿記の仕組みを理解することは会社の仕組みを理解することにつながり、それによって日々の業務や自分の役割が会社に



どのように関わっているのかが見えてくると述べ、簿記の基本的な仕組みと決算までの大きな流れをわかりやすく解説した。

参加者からは、「普段なんとなくやっていたことがようやく理解できた」「ぜひ中級編も受講したい」等の感想が寄せられ、好評であった。

経理の知識は実務担当者のみならず、会社経営に携わる全ての人に必要な知識であり、健全経営に欠かせない土台でもあることから、仙台中法人会では今後も経

理のスキルアップに役立つセミナーを開催いたします。次回は、8月に今回の内容をステップアップする形で中級編講座の開催を予定していますので、ぜひご参加ください。

経営者懇話会定時総会（事業報告会）

5月14日、エル・パーク仙台にて開催された。



今年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、実出席と委任状出席を併用して行われ、令和2年度の事業報告と収支決算について説明報告されると

ともに、令和3年度の事業計画案及び予算案、任期満了に伴う役員改選案が諮られ、いずれも原案通り承認された。

役員改選では、熊谷元和会長が2期目に再任され、「昨年度はコロナ禍において、これまで大切にしてきた『人と人との交流』が制限され、思うように事業を開催することができなかったが、経営者懇話会の趣向を凝らした例会は、毎回多数の参加者を得て好評を博しているだけに、1日も早くコロナが終息し、例会が通常通り開催できることが望まれる」と挨拶に立った。

新人社員研修講座

5月18日、卸町会館にて仙台市内の3法人会共催で開催された。

講師を務めた第一印象研究所代表の杉浦永子氏は、冒頭、一般的に2秒で決まると言われている第一印象は、すべてのスタートであり、運命の別れみちである、その重要性を強調した。



続いて、ビジネスマナーの基本である社会人の5科目「身だしなみ・表情・態度・あいさつ・言葉遣い」がいかに大切かを説き、好印象を与える表情のコツ、美しい立ち振る舞いのポイント、正しい敬語の使い方、電話対応の仕方など、すぐに役立つビジネスマナーの基本が教示された。

参加者からは、「コロナ禍で外部の方と関わる機会が少なかったので良い機会になった」「大事なことをたくさん学ぶことができたので実践できるように頑張りたい」等の感想が寄せられ、好評であった。

事業者の
みなさまへ

令和5年10月1日から
消費税の仕入税額控除の方式として
「**適格請求書等保存方式**」
(いわゆるインボイス制度)が導入されます。

インボイスを交付する事業者となるには
事前に登録申請が必要です!

【登録申請受付開始:令和3年10月1日~】



登録申請は、e-Taxをご利用いただくと
手続きがスムーズです。

※インボイスとは、登録番号のほか、一定の事項が記載された
請求書や納品書その他これらに類するものをいいます。

インボイス制度について

専用ダイヤル

【フリーダイヤル】 0120-205-553
【受付時間】 9:00~17:00(土日祝除く)

詳しくお知りになりたい方は

国税庁ホームページ (<https://www.nta.go.jp>)の
「インボイス制度特設サイト」をご覧ください。

特設サイトへ



seminar

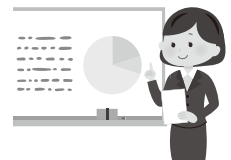
よくわかる経理の実務手ほどき講座 <中級講座 1日コース>

日時:令和3年8月4日(水) 10:00~16:00

会場:仙都会館8階会議室

受講料:会員1名 4,000円/非会員1名 8,000円

講師:中小企業診断士 プロモーターズ・カンパニー代表 石川アサ子氏



ポストコロナも
オンラインは
続くから

リモートでも ササるプレゼン

風土刷新コンサルタント
日本ほめる達人協会特別認定講師

長谷川 孝幸

プレゼンはリモートではできないのか

新商品発表会、経営計画発表会、大掛かりな企画提案といった特別な場面だけでなく、プレゼンはいまや日常的に行なわれるものとなりました。ひと昔前と違い、プレゼンそのものに抵抗感を持つ人も少なくなりました。

ところが、令和2年からの一連のコロナ禍にあつて、プレゼンはオンラインによるリモート化が急速に進展しました。

そんな中で、プレゼンそのものには抵抗はないものの、リモートでやるということになると抵抗感や苦手意識がある人がまだいるようです。

「情熱(当方の想い)が伝わりにくい」「相手(プ

レゼンを受ける人)の反応

を感じ取りにくい」「機械的操作に気を取られ、プレゼンそのものに集中できない」「対面で会わないと自分を受け入れてもらえない不安」「そもそも漠然とした抵抗がある」といった声をききます。

しかし、実際にリモートでの会議・講義・プレゼンなどを何度も経験するうちに、

●「対面時のコミュニケーション」ができる人はオンラインでも上手にできる

●「対面の作法」が身についていれば「オンラインの作法」も応用が利く

●むしろリモートプレゼンのメリットも多く、対面にこだわる必要もない

ということを私自身が実感しました。

オンラインコミュニケーション独特の作法もあります。

リモートプレゼン5つの注意

リモートプレゼンでは、以下の5つのことをとくに注意するとよいでしょう。

1. 「美しさ」より「見やすさ」

対面でもリモートでも、スライド投影(リモートでは画面共有)をしたり、カメラに向かってボードを提示したりして、トークの補足をすることがあります。

対面では、色や画像を多く用い、アニメーションも駆使して、聴き手にアピールすることが多くなっています。

しかし、リモートでは、あまり凝ったスライドを共有しても見づらいものです。

聴き手(受信側)が大きいモニターやスクリーンで見ているならよいのですが、一般的なパソコンのモニター、あるいはタブレットやスマホで受信している場合は、色がゴチャゴチャして

すが、対面で行う際の基本線が備わっていれば、実はさほど恐れることもないのです。

いたり、画面が転換し過ぎると見づらいのです。

また、画像が多過ぎると、通信が重くなり、タイムラグや接続不良も誘発します。

美しいスライドではなく、シンプルなスライドを心掛きましょう。

2. 「充実」より「コンパクト」

中長期的な実験結果を知りませんが、体感的に、対面よりオンラインで話を聞いている方が神経も目も耳も疲弊します。

リアルなプレゼンと同じ情報量をリモートで伝えようとすると、聴き手は消化不良を起こします。

聴き手の側が主体的に「聴きたい」と思うような講演やセミナー、エンタテイメントであれば、聴き手は喜びますが、話し手が「聴いて欲しい」というスタンスのプレゼンでは、リモート

の場合、リアルな七掛けくらの情報量に収めるとよいでしょう。

どうしても伝えたいことがそれなりのボリュームであるなら、事前もしくは事後にサマリーをデータで聴き手に送るのがよいでしょう。

3. 受信スペックを考慮する

話し手(配信側)のたしなみとして、①通信は無線より有線、②Zoomなどのアプリは常にバージョンアップしておく、できれば有料ステイタスに、③パソコンのメモリー8GB以上はマスト、できれば16GB、CPUもインテルコアであればi5、できればi7といったことがあります。

仕事でプレゼンを配信しようというのなら、これくらいは現時点が必要です。

しかし、聴き手(受信側)がハイスペックな受信環境を整備しているか分りません。

Bluetoothの場合はそんなに心配ありませんが、Bluetoothのプレゼンをする場合

は、相手の接続が落ちてしまふような重いデータを配信してはいけません。

共有画像のポリウムを抑える、動画の多用は控える、配信時間を無駄に引き延ばさないなどの配慮が充分でなければいけません。

4. 「映り具合」を意識する

パソコン内蔵カメラも、今は非常に性能がよいので、無理して外付けカメラにこだわる必要ありません。

むしろ、カメラでもマイクでもミキサーでも、外付けのものを増やせば増やすほど、通信が不安定になりますから、ユーザー並みの機材と通信環境でない場合は、パソコンの内蔵カメラで充分伝わります。

しかし、ライトは必要です。とくに、パソコンの前に座つての配信をする場合は、ライトが話し手にきちんと当たることが求められます。リングライトは、できれば18インチ以上のものを揃えましょう。

カメラの前で立つて話す場合は、パネルライトがよ

いでしよう。

いずれにせよ、話し手に影が差すような映りにならないようにすることです。

座つて話す場合は、「画角（画面上の映り具合）」を意識しましょう。

基本は、①自分の頭と画面の上辺をこぼし一個空ける、②自分の顔をてっぺんに見立て、胸より上が映り全体的に自身が台形に映るようにする、③グリーンバックや光の当て具合で自分が欠けてしまわないように留意します。

男性でも、メイキャップが有効です。フルメイクまですることはありませんが、私などは眉が薄いので、画面越しにはボーツとした顔になるので、オンラインでは眉を描いています。

また、シミも目立つのでコンシーラーを塗ります。そのくらの配慮は必要です。

5. 時間に厳しく

プレゼンだけでなく、会議や打合せもそうですが、リモートは会場への移動の時間がないため、便利では

ありますが、時間に緩くならない傾向があります。

実は、リモートコミュニケーションは、始まりと終わりはオンタイムで、所要時間はインタムで行なうということを実行する場面よりも意識することが求められます。

電話だって、私たち昭和生まれは、「礼儀正しくかつ簡潔明瞭に」と教わりました。それと基本的な考え

「10分プレゼン」と「1分トーク」を磨く

リモートプレゼンの上達のために、日頃から「10分プレゼン」という練習をするのを勧めます。

その名の通り、ワンテーム・ワンメッセージを「10分」話す練習をするので

私たち研修講師・セミナー講師のコンテラストやオーディションなどでは、以前から「10分で話す」ということが多くありました。

職業話者は、言いたいことをコンパクトに伝えられなければならないというこ

方は一緒です。

だから始めて、だからだら話してだらだら終わるなどというのはあつてはならないのです。

ZoomでもGoogle Meetでも、他のツールでも聴き手と話し手の双方の画面に時間が表示され

ます。だから長い話をされる

と、リアルな場面よりも時間が気になります。

これは、実は職業話者に限ったことではないのです。

話すのが不得手な人は、実は「たくさんしゃべれない」のではなく、「コンパクトにしゃべれない」ので

リモートコミュニケーションの時代は、通信や時間の制約の中でリアルな場面よりもコンパクトにしゃべれたほうが喜ばれますから、さしあたって10分でワンメッセージを伝えられるように練習しましょう。

10分で話せると、

1. 余計な言い訳や前置き

が削られる

2. どうでもいいエピソードや冗談を入れられない

3. 話が散らかりにくい

4. 適度にスピーディーになる

5. 要点が明確になり、ぼやけない

といった美点が身につきます。まずは、時間を計り、「話を10分で収める」という台本を作つて練習するとよいでしょう。

「10分プレゼン」が身につくと、「1分トーク」もできるようになります。

「10分」をさらに絞つて、要諦だけ伝えられるようになってきます。

「1分トーク」ができるようになると、受配信のスペックによるストレスや画面越しの疲労を回避することもできるようになります。

さらに学びを深めたい向きには、拙著「絶対失敗しない！ササるプレゼン」（ごきげんビジネス出版）もお読みいただければ幸いです。

ビジネスメール

基本とマナー

(株)フィールドデザイン代表取締役
中山 佳子

メールの普及が始まった頃は、個人個人の考え方や経験により、書き方に大分違いがありました。今は概ねメールのマナーが統一化されてきました。

しかし、そのマナーについて知らないという人が増えてきているのも事実です。

その一因として、LINEなどのSNSを使ったメッセージのやり取りが多くなってきたことが挙げられます。SNSのスピードを優先させたやり取りと同じようにメールを扱ってしまいが、実は大変失礼な書き方

になっていくということもあります。

そこで、ビジネスの中で円滑なコミュニケーションがとれるよう、ビジネスメールの基本とマナーについて確認していきます。

メールには件名を

まず、メールには必ず件名を書きます。件名はメールの顔となる部分です。

SNSのメッセージには件名はつけないので、同じように件名を書かずに送られてくるメールがあります。ウイルスメールと判断されてしまい、読まれなかったり、迷惑メールボックスに入ってしまうこともあります。件名も書かないなど非常識だ、と思う方も多いでしょう。

件名は、本文の内容が想像できるような適切な言葉を使います。

例えば、件名が「おはようございます」では、内容を予測することができません。「請求書の件」も、ど

の請求書のことか分かりません。「6月21日(月)合同ミーティングのご連絡」など、具体的に書きましよう。

さらに、タイトルの内容の横に発信者の会社名や名前を添えて、誰からのメールかすぐに分かるようにする、添付ファイルがある場合にその旨を付記する、などの工夫もあります。

例えば、「6月21日(月)

合同ミーティングのご連絡
【ABC商事・中山】※
添付ファイルあり」のような書き方です。

これは一つの工夫例であり、どのように書いたら、相手の方が正しく情報を受け取り、確実に読んでくれるかを都度考えるようにしましょう。

差し出す相手に配慮を

メール本文の冒頭には、相手の名前を書きます。

初めてメールのやり取りをする方には、会社名、部署名、肩書、フルネームに

「様」を付けます。メールのやり取りが進むにつれ、氏名に「様」を付けるだけのやり取りに変わっていくことも多くあります。

最近では、敬称を「さま」とひらがなで記載する方がいますが、これはあまりお勧めしません。

親しみを込めて、ひらがな表記にすることのようですが、人によっては見下された感じがする、馴れ馴れしい、と受け止める方も多くいます。

宛名の次に、一行空けて挨拶文を書きます。

社外の方でも「いつもお世話になっております」程度で構いません。

社内の人には、朝なら「おはようございます」その後は「お疲れさまです」を使う会社が多いようです。

「お疲れさまです」という挨拶については、疲れていないのに、そのように書かれるのは嫌だという意見や、見下しているような印

象を与えるので避けるべきだという意見もありますが、これに代わる社内向けの挨拶言葉もないことから、一般的な社内メールの挨拶と なっています。

挨拶の後には、「〇〇株式会社 □□と申します」など、名乗るのが慣習です。

用件は明確かつ丁寧に

本文は、用件を明確かつ丁寧に書きます。

1行30文字程度で、文章の区切りの良いところで改行します。この時、会社名や名前、数字の途中では、決して改行しないように気をつけましょう。

相手の会社名や名前を途中で切るとは、その人自身を切ったようにも伝わるので、非常に失礼なことです。数字の途中で改行すると、読み間違えることもありトラブルになりかねません。

また、「昨日」、「明日」などの表現は避け、具体的な日付を記載するようにし

ます。これは、相手がいつ読むかわからないからというのが理由です。

言葉遣いにも、注意が必要で、メールは当然、自分の姿も声も届かないツールなので、相手に敬意が伝わるように、言葉を尽くさなければなりません。

例えば、「よろしくお願います」は自分と対等の立場または下の方に、「よろしくお願いたします」は、少し立場が上か同等の立場の方に使います。

「よろしくお願申上げます」は、この中では一番敬意を伝えるレベルが高い言い方です。つまり、「よろしくお願いたします」と書いたことで、相手によっては、偉そうだと感じる方もいるということです。

相手と自分との関係性を考慮して、言葉を選ぶことが大切ですので、日頃から言葉の使い方についての感覚を磨くように語彙力を高めておきましょう。

本文の末尾には、署名を

つけます。

会社名と名前のみにすることもありますが、メールを読んで、その内容について電話で話したい場合もあるのです、名刺に書かれている程度の情報を記載すると良いでしょう。

添付ファイルを送る場合には、サイズに注意します。容量が大きいと、メールそのものが届かないことがあります。

念のため、送信後に電話で添付のあるメールを送ったことを伝えておくとう良いでしょう。

添付ファイル送信時には、パスワードを設定すると安心ですが、このパスワード設定については職場ルールに従うようにします。

返信は、できるだけ稼働時間8時間以内にします。

返信の際に、件名に自動で表示される「Re…」や、転送の際の「FW…」はそのままつけて送ります。

これは、返信であることや転送であることを一目で

相手に伝えるためです。

ただし、「Re…」については、やり取りが多く行われると連なっていくので、内容が変わる際にタイトルを変更します。

すぐに回答できない内容の場合でも、ひとまず受信したことについては、返信しておくのがマナーです。

「To」「Cc」「Bcc」の使い分け

メールで多いトラブルは、「To」と「Cc」と「Bcc」の使い分けの間違いです。

「To」には、メール内容を伝えたい人のメールアドレスを入力します。

「To」で送られてきたメールには、返信義務があります。

「Cc」と「Bcc」で送られたメールには、「To」に送られたメールと同じ内容が送信されますが、参考までに見ておいてほしいという場合に使うので、返信義務はありません。

「Cc」で送られたメールアドレスは、受信者全員がみることができ、「Bcc」で送られたメールアドレスは、受信者が見ることはできません。

そこで、受信者同士のメールアドレスが公開されないように送りたい場合は「Bcc」を使います。

例えば、顧客全員に同じメールを送る場合に、「Bcc」以外の方法で送ってしまうと、顧客同士のメールアドレスが公開されてしまうことになり、個人情報漏洩で問題になってしまいます。

「Cc」と「Bcc」を使う送り方を知っていても、うっかりミス送信をしてしまうことが多いので、送信ボタンを押す前に、必ず確認するようにしましょう。

好印象を心掛ける

以上のポイントを押さえおけば、ひとまず安心ですが、言葉遣いの間違いは自分では気づかないもので

不安であれば、念のため上司や先輩に一度目を通してもらってから、送信するほうが良いでしょう。

送信ボタンを押してしまつたら、もう取り消すことができません。メールであっても、ビジネス文書であり、会社の言葉として発信したことになります。ミスがないように記載し、さらに相手意識を持って作成しましょう。

メールには、書き手の人柄がにじみ出るものです。読みやすさを考慮して書かれていたり、相手への気配りや敬意が至る所に感じられるメールなら、お客様であっても上司であっても、「周囲に配慮ができる人」と好印象をもつてくださるはずで

メールにおいては顔や声が届かないことを意識し、言葉を尽くして周囲の方々の良い関係づくりにつながるようなメール作成力をつけていってください。

メールにおいては顔や声が届かないことを意識し、言葉を尽くして周囲の方々の良い関係づくりにつながるようなメール作成力をつけていってください。

コロナ禍の今こそ

発酵食品で免疫力UP!

未来事業株式会社 管理栄養士 吉岡美保

新型コロナウイルス感染症の拡大は、未だに続いている状態です。

それによって、"環境変化"が例年よりも多くの人に起こっています。

普段と異なる環境で仕事や勉強を行ううえ、日々流れる悲惨な報道に感情移入をして憂鬱になる人も多く、「コロナ鬱」ともいわれています。

そんな外敵に負けない心身を養うために、何が必要なのでしょう？

順天堂大学医学部教授の小林弘幸先生は、

「この未知のウイルスとの戦いを有利に進められるか否かは、すべて私たちの免疫力にかかっています。生物が長い年月をかけて

「腸内環境」と「自律神経」

に効率よくアプローチすることで、予防効果が期待できます。

そこで、免疫力を高めるという点で注目されているのが、ビタミンDです。

「新型コロナウイルスの重症化患者にビタミンD不足の人が多くなっています。ビタミンD不足の場合、感染リスクで1.5倍、軽症以上の入院リスクが2倍になるという報告も。日本人の7/8割がビタミンD不足といわれていますから、今こそ積極的に摂るべき栄養素といえます」と、小林先生は強調します。

紫外線により、皮膚で作

り出される栄養素でもあるので、冬なら30分程度の日光浴習慣も大切です。

鬱やがんの発症にも関係しています。

日本人の約8割が「ビタミンD不足」

ビタミンDは、脂溶性(脂に溶ける性質を持つ)ビタミンで、腸管からのカルシウムの吸収を促して、丈夫な骨を維持します。

欠乏すると、くる病(小児)、骨軟化症(成人)など骨が弱くもろくなる病気が起こります。

「かつては、欠乏を起さないことが大切とされてきたビタミンですが、近年、研究が進み、軽度の不足であっても、骨以外に様々な疾患リスクを高めることが分かってきました。

新型コロナウイルス対策で 大注目! 動物性の「ビタミンD」



呼吸器疾患に対して免疫力

を高める作用や、免疫力を強化しウイルスへの抵抗力を強めるといわれるのがビタミンD。新型コロナウイルスへの

効果で、いま脚光を浴びてい

る栄養素です。

いわしやサーモンなどの魚介類、卵、干し椎茸などのきのこ、牛乳、海藻などに多く含まれ、野菜や肉類にはほとんど含まれません。

多くの日本人がビタミンD不足傾向なのはなぜか

ビタミンDは、食品ではサケやイワシなどの魚に多く含まれますが、他に十分

な量を摂れる食品は少ない栄養素です。

キノコにも含まれますが、魚ほど量は摂れませんが、

一方、ビタミンDは、全身で働く非常に重要な成分であるため、ヒトは紫外線(UV)を皮膚に浴びることで体内のコレステロール(7-デヒドロコレステロール)から合成する力を身に付けています。

しかし、ビタミンD源となる魚の摂取量が減り、日焼けを防ぐためにUVケアを徹底する習慣が浸透したことで、日本でもビタミンD不足が深刻化しています。

ビタミンDを豊富に含む食品

《摂取目安量は8.5μg(マイクログラム)/日以上》

魚類

- ・サケ1切れ(80g)25.6μg
- ・イワシ丸干し1尾(30g)15.0μg
- ・サンマ1尾(正味100g)15.7μg
- ・カレイ小1尾(正味100g)13.0μg
- ・ブリ1切れ(80g)6.4μg
- ・しらす干し大さじ2杯(10g)6.1μg

キノコ類

- ・干しシイタケ2個(6g)0.8μg
- ・きくらげ乾燥2枚(2g)1.7μg

[データ: 日本食品標準成分表 2015年版 七訂より算出]

腸内環境を整える、2種類 以上の「発酵食品」

体の中の免疫細胞の7割を占めるのが、腸。

その腸内細菌のバランスが、免疫力を支えているのは周知の事実です。

すでに定着している善玉菌をサポートする良い菌を食事で送り込むことが大切ですが、人により善玉菌の種類はさまざま。

摂る発酵食品との相性や発揮する効果の具合が異なるため、2種類以上の発酵食品を摂ることを推奨しています。

意識的に替えて、なるべく多種類の発酵食品を摂りましょう。排泄されてしまうため、毎日摂取することも重要です。

私たちの身近にある発酵食品

漬物、納豆、チーズなど私たちが普段から口にする機会が多い発酵食品。

これら発酵食品は、微生物たちの活動により、様々

な原料が「発酵」することによってでき上がります。

例えば、「大豆」であれば、コウジカビが大豆のたんぱく質を分解して、アミノ酸などを作ると、「味噌」ができます。

このように、微生物が何かを分解して作り出す活動が発酵であり、そこから生まれる食べ物が発酵食品なのです。

発酵食品には、パンやワイン、チーズ、ヨーグルトなど、世界各地に多くの種類があり、もちろん日本にも様々な種類があります。

かつお節、醤油、酢、みりん、漬物、甘酒、納豆と、日常の食卓でもよく見かける食材が多いです。

私たちの腸内には、様々な菌がすんでいて、それらは大きく「善玉菌」と「悪玉菌」に分けられます。善玉菌は、私たちの身体の調子を整えてくれますが、

その働きの一つに、免疫細胞の活性化があります。

発酵食品には、この善玉菌が豊富に含まれるので、食べることで、直接摂取することができま

効果的な食べ方 ってあるの？

発酵食品は、プロバイオティクスとプレバイオティクスを合わせて食べると効果的である、と言われていま

プロバイオティクスとは、腸内フローラのバランスを改善して、体調節を行っている生きた菌（ビフィズス菌・乳酸菌・酪酸菌など）のことを言います。

プレバイオティクスとは、腸内善玉菌の増殖を促す働きのある食物繊維やオリゴ糖を含んだ食品のことを言

います。プロバイオティクスの餌となるプレバイオティクスがあると、プロバイオティクスが活性化して、効果アップが期待できるのです。

ヨーグルト+蜂蜜

プロバイオティクスであるヨーグルトと、プレバイオティクスである蜂蜜の組み合わせ。ヨーグルトに含まれている乳酸菌と蜂蜜に含まれているオリゴ糖で、効果アップが期待できます。朝のひと品に加えてみてはいかがでしょうか。

ヨーグルト+バナナ

プロバイオティクスであるヨーグルトと、プレバイオティクスであるバナナの組み合わせ。どちらもダイエット食品として有名ですね。ヨーグルトに含まれている乳酸菌と、バナナに含まれている食物繊維で相乗効果が期待できます。

味噌+キャベツ

プロバイオティクスである味噌と、プレバイオティクスであるキャベツの組み合わせ。

味噌は大豆発酵食品で、キャベツは食物繊維が豊富。居酒屋などでも食べられるので、オススメです。

醤油+みりん+ごぼう (きんぴらごぼう)

大豆発酵食品のプロバイオティクスである醤油・みりん、食物繊維たっぷりのプレバイオティクスであるごぼうの組み合わせ。

和食であれば、醤油・みりんは調味料としてよく使うので、ごぼうだけでなく、人参・レンコン・玉ねぎなど食物繊維が多い食材を使用するのがオススメです。

チーズ(フォンデュ) +ジャガイモ

チーズフォンデュで食べる組み合わせ。プロバイオティクスであるチーズと、プレバイオティクスであるジャガイモ。ほかに、チーズフォンデュに合うプレバイオティクスは、アスパラ・キャベツ・きのこ類などがあるので、一緒に食べると良いでしょう。

(出典：光英科学研究所「バイオジェニックスとは何か？」)

新型コロナウイルス感染症に負けない体作りは、食生活からです。

意識的に発酵食品を摂る食生活を心掛けましょう！



被災地以外でも発生！

自然災害に関連した 消費者トラブル

自然災害に関連して様々な消費者トラブルが発生していることをご存じでしょうか。
全国の消費生活センターに寄せられる消費者トラブルに関する相談をみると、

大きな自然災害が発生した年は、それに関連した様々な相談が寄せられます。過去の自然災害発生時に、

全国の消費生活センターに

住宅など建物に関する消費者トラブルの状況は？

●住宅など建物に関するト

ラブル

【事例1】

1年半前にハウスメーカーが開発した土地を購入し建てた注文住宅が台風で床下浸水した。

自宅とその周辺の数件だけが浸水被害にあっており、家を建てる前は田んぼだったので地盤の整地が悪かったのだと思う。補償を求められるか。

【事例2】

大雨で屋根が雨漏りするようになったため、インターネットで探した業者に、屋根の修理工事を依頼した。

修理工事は終わったが、その後の台風で雨漏りはさらにひどくなった。業者から工事代金が請求されているが、雨漏りがまったく直っていないのに支払うのは納得できない。

寄せられたトラブルの事例をみると、「住宅など建物に関するトラブル」と「自然災害を口実にしたトラブル」が多く見られます。

【事例3】

居住する賃貸アパートの窓から屋内に雨水が漏れたことがあり、管理会社に伝えたが対応されなかった。

1週間前の台風でも同じ窓から雨漏りしたため、管理会社がとりあえず窓の内側からすき止めだけを行った。そして2日前の台風の際、留守中にまた同じ窓から雨水が屋内に漏れ、家具が濡れて使えなくなった。

管理会社に苦情を言ったところ、被害金額約10万円のうち、貸主が半額を補償するという。

繰り返し雨漏りを伝えたにもかかわらずきちんと対策がされず、そのために被害を受けたのに、全額補償されないのは不満だ。

【事例4】

契約していた月極めの地下駐車場が台風により浸水

し、停めていた車も浸水して廃車になった。

業者は台風対策をしたと言うが、近くの他の駐車場は台風対策をして無事だったことを考えると、実際は対策をしていなかったと思う。詳細な説明もなく非常に不満だ。

【事例5】

震災で壊れた近隣の屋根工事をしているという業者が自宅に来訪し、点検を勧めるので承諾した。

業者は屋根に上った後、数枚の写真を見せながら「瓦がずれたり、外れたりしている。

震災でお困りの状況なので、今なら格安で工事をす

ると言い、見積書を出して来た。後で近所に聞いたが、どこも屋根工事などしていないと言う。

【事例6】

住んでいるアパートに地震後の危険度判定で「危険」という赤い紙が張られた。管理会社は住めると言っ

ているが、危険な家に帰ることはできない。荷物はそのままになっているが、地震で鍵も壊れている。

家賃は前払いの約束なので、住めなくなっても今月分の家賃はそのまま口座から引き落とされた。納得できない。

【事例7】

大雪でカーポートが基礎の部分から倒れ、柱が自動車に当たってフロントガラスが割れた。

カーポートの設置業者は、雪が原因なので、無償での修理はできないというが、基礎部分を測ってメーカー施工要領と比べると基礎部分はかなり小さい。そのせいで基礎部分が弱く倒壊したのではないか。

.....

自然災害による破損などをきっかけに、住宅や車庫など建物の施工不良の疑いが明らかになったり、修理工事に関するトラブルが生じたりすることがあります。

建物の修理が適切に行われたかどうかは、一般消費者には分かりにくいことが

多く、実際に雨が降るなど、時間がたつてはじめて不具合が判明するため、「何度工事しても不具合が改善されない」など、トラブルが繰り返して起ることもありま

また、賃貸住宅が自然災害で破損した場合、一般的には大家・家主が修理や補償の責任を負いますが、ど

自然災害を口実にした消費者トラブルの状況は？

自然災害を口実にした便乗商法と思われる勧誘や不審な勧誘も起きています。

便乗商法は、その時々で世間の注目を集めている話題を利用して、消費者の関心を引こうとします。

特に大きな被害を伴う自然災害が起きた場合は、災害への関心の高まりを利用して、被災地の消費者はもとより被災地以外の消費者を狙った便乗商法などが現れる傾向があります。

【事例1】

自然災害で屋根が破損した消費者宅を見知らぬ業者が訪問し、「火災保険に加入しているのならば、自然

の程度修理・補償するかなど詳細は個別の事情によって様々ですし、借入人の被害状況も様々で、必ずしもすべてについて前もって契約書に明記されているとは限りません。

そのため、大家・家主と借入人の間で意見の相違が生じて、トラブルに至ることがあります。

自然災害を口実にした消費者トラブルの状況は？

災害による破損箇所については保険金を請求でき、修理代金をまかなえる。

請求手続を代行するので、ぜひ修理工事を当社で」と勧誘され、屋根の修理工事を契約した。

しかし、工事代金の見積りより少ない額の保険金しか下りなかったので解約したいと業者に伝えると、下りた保険金の額で工事をすると言う。業者が信用できないので解約したい。

【事例2】

見知らぬ業者が消費者宅を訪問し、「屋根の一部が破れており、今度大雨が降ったらきっと雨漏りする」

「外壁が傷んでいたので次に台風が来ると危ない」など

疑問や不安を感じたら？

自然災害による被害の有無にかかわらず、次のような点に注意しましょう。

(1) 住宅などの修理・リフォーム——強引な勧誘、

施工不良、便乗商法など

住宅の損傷について不安をあおったり、契約を急がせる業者もいますが、住宅の修理などの工事をする際は、業者の説明をよく聞き、他の複数の業者から見積りを取ったり、周囲に相談したりして慎重に検討して判断しましょう。

工事と保険金の請求をセットで契約させ、高額な手数料や解約料を請求される事例があります。

保険会社に火災保険の保険金を請求するときは、必ず消費者自身が事実に基づいて行いましょう。

訪問勧誘や電話勧誘などで契約した場合は、契約書面を受け取った日から8日間は、「クーリング・オフ制度」によって契約を取り

どと不安をあおり、契約を強いられた。

疑問や不安を感じたら？

消すことができます。

(2) 住宅などの賃貸契約——家主が修理してくれない、など

修理費の負担などについて、賃貸契約の内容をよく確認しましょう。

(3) 交通機関や旅行等のキャンセル——キャンセル条件がわかりにくい、キャンセル時の対応が不十分、など

交通機関なら「輸送約款」など、イベント等ならばチケットや主催者のウェブサイトなどで、キャンセル時の規定を確認しておきましょう。

わかりにくい場合は、業者によく確認しておきましょう。

事前に予報が出されるなど、災害の発生がある程度予想できる場合は、早めにキャンセルを判断することも大事です。

(4) 悪質商法・詐欺的行為——実態の曖昧な投資勧誘や募金勧誘、義援金詐欺、など

「被災者のためになる事業に投資しませんか」など、被災者への親切心につけこむようなあやしい勧誘も見られます。

「話の内容があやしい」「よく理解できない」と思ったときは、話に乗らないようにしましょう。

業者の勧誘を受けて不安や疑問を感じたり、消費者トラブルに遭ったりしたときは、最寄りの消費生活センターにご相談ください。



オンライン化時代に成功する 伝え方 話し方

経営コンサルタント
小木 孝則

コロナ禍の中で、ビジネスシーンでのオンライン化が進展しつつあります。

政府が感染症防止の観点から、オンラインシステム構築費用に補助金を交付する支援策を講じたこともあり、これから一段と浸透・定着し、ビジネスの形が一変する時代ともいえます。

そうしたオンライン化の時代、商談・社内コミュニケーション・話し方など、ますます伝え方・話し方の重要性が増してきます。

取りも直さず、限られた時間の中で、何を話したか、何が伝わったか、相手の心を動かしたかが大事であり、成功するキーポイントとなつてきます。

相手との良好な関係づくりとコミュニケーションを

論を自分自身で常に把握しておく

……商談では購入への動機づけとなるように、相手にとつてどうメリットがあるのか、提案する立場の結論をしつかりと押さえて臨みます。

構築するための伝え方・話し方を簡潔に整理しました。ビジネスでの対面・非対面でも生きてくるはずで

1. その場にふさわしい話題を取り上げる

……相手が和める話題や心に合わせた話題を選ぶことが大事です。

そのためには、顧客や相手、そしてキーマンとなる人の情報を予め収集しておくことも重要です。

2. 年齢にあった話題を探し、背伸びをしない

……相手の年齢層を考えて話題を選ぶことは大切ですが、背伸びは禁物です。

自分の言葉で無理のない話題の提供こそが、好印象を与えることにつながります。

3. 何を言いたいのか、結

は効果が高まる

……相手の心を動かす上では、実体験や自分で感じたことを伝えることで効果は高まりますし、説得力もあります。自分の言葉で活き活きと話しましょう。

6. どんな場でもぞんざいな話し方にならないよう、尊敬語・丁寧語を使う

……丁寧な言葉遣いは話す人の品格を伝えますし、好印象を与えることにもなります。

どんなに親しくなつたとしても、相手と自身の立場の違いを意識した言葉遣いは必要です。

7. 体を揺らす、手足をみだりに動かすなど、落ち着いた態度はタブー

……落ち着かない態度は、相手に信頼感を失わせてしまいます。日頃から話をする際に、自分がどんな癖を持っているのかを把握し、気を付けて臨む事です。

8. 資料を見るのは3割、7割は相手を見て話す

……資料を見ながら下を向いたまま話をしたのでは、こちらが本当に伝えたいところがなかなか相手に伝わりませんし、説得力を欠いてしまいます。

相手に自信のなさを伝えることにもなります。説明する商品などの知識やデータについては、予め頭に入れて臨むことです。

9. 主役がいる場合は、基本的に主役には主役に体を向けて話す

……購入の決定権を持つている人が主役です。その主役に体を向けて、きちんと誠実に話すことが大事で、より一層こちらの誠意が伝わります。

最後に、コミュニケーションにおける主導権は受信者側にあることを忘れずに臨んで下さい。

相手が理解し納得できるように、相手に合わせて、わかりやすい言葉で話しているかが成功の鍵を握っているのです。

残った話、感動した話

今月の
テーマ

いよいよ始まる
新型コロナウイルス

新型コロナウイルス感染症が流行してから一年が経過しました。私たちの生活は一気に様変わりしてしまいました。今年2月から医療従事者を先行としたワクチン接種が開始されました。ワクチン接種においては、その有効性や副反応など様々な情報が飛び交っています。

今回は、厚生労働省が公開しているワクチン接種に関する情報やQ&A、今後の一般接種の流れなどを紹介します。

新型コロナウイルスの特徴

新型コロナウイルスには、重症化を防いだり、発熱やせきなどの症状が出ること（発症）を防ぐ効果があります。接種を受けることで、重症者や死亡者が減ることが期待されます。

一方で、接種後の副反応として、接種部位の痛み、頭痛・倦怠感、筋肉痛などが報告されているほか、ごくまれに、接種後のアナフィラキシーショック（急性のアレルギー）が報告されています。

新型コロナウイルスの薬事承認にあたっては、有効性や安全性を臨床試験の結果や科学的知見に基づいて確認しています。その後、品質についての審査が行われます。

ワクチンQ&A

新型コロナウイルスに関する疑問は様々ありますが、今回はよくある質問をいくつか紹介します。

- Q…ワクチンの効果（発症予防・持続期間）はどうなりますか？
A…国内で承認されているワクチンでは、受けた人の方が感染症を発症する割合は少ないということが分かっています。（発症予防効果は95%と報告されています。）
- Q…接種後にコロナウイルスに感染することはありますか？
A…接種してから免疫がつくまでに1〜2週間程度かかり、免疫がついても予防効果は100%ではありません。
- Q…接種後もマスクは必要ですか？
A…接種した方から他人への感染をどの程度予防できるかまだ分かっていません。引き続き感染対策をしてください。

接種を受けるには？

医療従事者の先行接種に続き、高齢者の優先接種が始まっています。接種を受ける際の大きな流れを紹介いたします。詳細は各自治体によって変動しますので、ホームページ等をご覧ください。

- ① 「接種券（クーポン券）」と「新型コロナウイルス接種のお知らせ」が届きます。大量のワクチンは徐々に供給されるので、ご自身が接種可能な時期が来るまでお待ちください。
- ② 接種できる時期になったら、受けることができる医療機関や接種会場を探し、希望する場所を選択します。
- ③ 予約当日は、必ず「接種券（クーポン券）」と「本人確認書類」を受付に提示します。
- ④ 2回目の接種も1回目と同じ流れで予約します（3週間空ける）



せんだい総合健診クリニック 院長 石垣洋子

新型コロナウイルスの接種がいよいよ始まりました。宮城県の感染者数は減少傾向を多くの方々に接種してもらうことにより、さらに感染を封じ込めることができると信じています。報道などから副反応を気にしている方もいらつしやると思いますが、今回のmRNAというワクチンはかなり優秀なワクチンです。頭痛・倦怠感・微熱などの諸症状は身体内で免疫反応を起こして抗体を作っている証だと前向きにとらえて頂けるとあまり気になりませんし、だいたい翌日または翌々日くらいまでの症状ですのであまり過度に心配する必要はありません。いずれにしても、たくさんの方々にワクチンを接種していただき、集団免疫をしっかりと作っていくことこそ、新型コロナウイルス感染症撲滅への最善の方法です。

予防接種を安全に受けるために 事前に確認したいこと



以下に当てはまる人は、ワクチン接種ができない、または注意が必要です。当てはまるかどうか、心配な方は主治医や診察医師に相談してください。

■注意が必要な人■

- ・抗凝固剤療法を受けている、血小板減少症や凝固障害がある
- ・過去に免疫不全の診断を受けたことがある、近親者に先天性免疫不全症の人がいる
- ・ワクチンの成分に対し、重度の過敏症の既往歴がある
- ・上記以外で、予防接種を受けることが不適當な状態にある

■受けることができない人■

- ・明らかに発熱している
- ・重い重症疾患にかかっている
- ・ワクチンの成分に対し、重度の過敏症の既往歴がある
- ・上記以外で、予防接種を受けることが不適當な状態にある



接種後の注意

- ・接種日は激しい運動は控えましょう。
- ・入浴は問題ありませんが、接種部位を強くこすらないようにします。
- ・いつもと違う感じがしたら、接種会場や相談センターに連絡してください。

医療法人社団進興會
せんだい総合健診クリニック

住所 〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町1-9-1 仙台トラストタワー 4F

TEL 022-221-0066(代表)

URL <https://www.sskclinic.jp/>

記事についてのお問い合わせ ☎022-221-1274

仙台中税務署からのお知らせ

事業者の方へ

消費税 インボイス制度

令和3年10月1日から

登録申請書 受付開始!

令和5年10月1日から

「適格請求書等保存方式(インボイス制度)」が導入されます。

適格請求書発行事業者(登録事業者)のみが適格請求書(インボイス)を交付することができます。

制度導入までのスケジュール

登録申請書は、
令和3年10月1日
から提出が可能です。

令和3年10月1日

登録申請書の
受付開始

令和5年10月1日から登録を受けるためには、原則として、
令和5年3月31日までに登録申請書を提出する必要があります。

令和5年3月31日

令和5年10月1日

インボイス制度
の導入

登録事業者になろうとする事業者の方は「適格請求書発行事業者の登録申請書(登録申請書)」の提出が必要です。登録申請書提出後、税務署から登録番号などの通知が行われます。

※ 登録番号については、法人番号を有する事業者の方は「T+法人番号」、それ以外の事業者の方は「T+13桁の数字(新たな固有の番号)」が登録番号となります。



登録申請は、**e-Tax**をご利用
いただくと手続きがスムーズです。

個人事業者の方はスマートフォンからでも申請できます。

国税に関する御相談・御質問は、気軽にお電話で!

音声案内で「1」を選択してください。「電話相談センター」につながります。

仙台中税務署 ☎022-783-7831 (代表)

※税務署での面接相談御希望の場合は、事前予約が必要です。

