長田会計事務所通信 🍀

2024年4月号 Vol. 213

【今月のTOPICS】

 \Diamond P1 『所長コラム:フードロス』

『今月の言葉』『事務所の先月のヒトコマ』

『編集部より』

『未来そうぞう塾レポート: $\Diamond P2$

企業向けSNSマーケティング勉強会』

【発行者】

長田会計事務所 大阪市中央区徳井町2-2-9-701 TEL 06-6944-2111 FAX 06-6944-2110 MAIL nagata@office-smile.jp

HP https://office-smile.jp/ 【編集部】

遠藤 悦代 心路 志歩 池永

発行責任者 長田







フードロス

「フードロス」とは、まだ食べられるのに廃棄される食品のことです。 先日スーパーで、店員の方が 陳列棚の食品を整理しているのを見かけました。古い商品をかごに入れ新しい商品を並べていくのを見な がら、ふと、「古い商品はどうなるんだろう」と思いました。

調べてみると、日本ではまだ食べられるのに廃棄される食品は523万トン。2021年に世界で飢餓に苦し む人々に向けて食料支援を行った量は約440万トンですから、その1.2倍に相当します。また、日本国民1 人当たりに換算すると毎日「お茶碗約1杯分(約114g)」の食べ物が毎日捨てられていることになるのです。

「もったいない」と思いませんか?フードロスは、持続可能な開発目標(SDGs)の中での目標12「つ くる責任つかう責任」に関連しています。あなたの家庭から今すぐに実行することができます。 世界の目標達成を私たちの暮らしから実現していきましょう。

現場の指揮官を飛び越えた指示を控える

現在の1冊

『人生を勝ち抜く 孫子の兵法』 株式会社 リベラル社 発行 孫武(紀元前535年頃-没年不明)武将・軍事思想家 監修 野村茂夫 (愛知教育大学名誉教授、皇學館大学名誉教授)

現場を知らない上の立場の人間が指示を出すと現場が混乱し、不信感を抱いてしまう 可能性があります。 現場の指示は責任者に任せ、上の立場の人間は責任者を信じてサ ポートすることが大事だと感じます。



事務所の先月のヒトコマ

確定申告の打ち上げを しました!

ご協力ありがとう ございました!



「大乃や」さんにて

編集部より

編集部の木下です。

今回はSNSマーケティングの勉強会 がメインとなっています。継続は力な りとは言いますが、目的に立ち返って 「こうしたらもっとよいのでは?」と いう新しい視点を持つことも大事だと 痛感した勉強会でした。

お楽しみいただけたら幸いです





未来そうぞう塾 企業向けSNSマーケティング勉強会

長田会計事務所では、人生を豊かにするためにスキルアップや新しい知見を得る『未来 そうぞう塾』を開催しています。 少人数のリラックスして学べる環境で、講師・受講生と も楽しみながら学んでいます。

今回は 『和処Re楽』の女将でファイナンシャルプランナーの裏野由美子さんを講師にお 招きし、『企業向けSNSマーケティング勉強会』を行いました。 本講座は株式会社荻田建 築事務所様からSNSご担当者様がご参加くださり、一緒に学ぶことができました。



SNSとはソーシャルネットワーキングサービスの略で、InstagramやX、Facebook、LINE、YouTube、TikTok などがあります。最初は個人の私的利用が多かったSNSですが、最近は企業が積極的に運営し、消費者もSNSで 情報収集するようになってきています。

勉強会ではSNSの基礎知識や作成に利用する編集アプリの操作など、実践的なことを教えていただきました。 勉強会を受けて、ターゲット層に見てもらうためにはどうしたらいいのか考え、このように変更しました。

nagatakaikei_smile ✓ ● ⑤ 🕀 \equiv







長田会計事務所【長期で少人数のインターンシップ】

\自分らしく成長できる/ . 税務会計だけじゃない会計事務所 🌻

「人生を豊かにする」をテーマに学ぶ『未来そうぞう塾』 随時開催 🚣

- *谷町四丁目駅から徒歩5分
- *累計インターン生採用実績20名
- *現在2名在籍中
- インターン9期生 応募の事前登録受付中 🦙
- インターン体験記・事前登録フォームは↓
- ② office-smile.jp、他2件

◀ ①自己紹介文を整える(Instagram)

事務所の特徴や強みがわかりやすいように、 インターン生と一緒にほかの企業様の自己紹 介文を参考にしながら整えました。

②表紙の文字を大きくする(Instagram) ▶

「SNSを見るのはスマホです」との裏野さん の言葉にハッとしました。パソコンで作った 投稿をスマホで見ると文字が小さく「見たい 投稿」になっていませんでした。そこで文字 を大きくし、パッと目立つような表紙に変更 しました。



③目的を明確にする ▶

投稿を見た人が起こしてほしいアクションを明確にして共有する ことで、目的を意識して作成するようになりました。

また、事務所のFacebookでは毎日『今日のヒトコマ』でスタッフ が事務所の様子を投稿しています。Facebookのフォロワーは顧問先 様などの経営者が多いことがわかり、ターゲットは「経営者の皆 様」として引き続き投稿していくことになりました。





事務所Facebook 「今日のヒトコマ」より



受講のようす。裏野様、荻田建築事務所様、 ありがとうございました!



実際の投稿を見ながら、何を伝えたいのか、見た 方にどう行動してほしいのか、そのためには見せ方 や伝え方をどのようにしたらいいのかなどを、講師 の裏野さんや荻田建築事務所様と一緒に考えること がとてもいい刺激となりました。

学んだことをこれからの投稿に活かし いきます。





ブログ、Facebook、Instagramなど コンテンツが盛りだくさんです!





荻田建築事務所様 Instagram







インスタグラムへ移動します



