

テレワーク (リモートワーク・在宅勤務) に必要な 紙文書電子化 (スキャニング)

新型コロナウイルス問題で企業の対策として急浮上してきたのがテレワーク（在宅勤務）です。業種・職種によって、ほぼできる仕事、一部だけできる仕事、ほぼできない仕事があります。

そんな中、案外起こるのが、「あの資料が今参照できたら助かるのに・・・」という状況です。あの資料とは、オフィスのキャビネットや書庫にある紙文書です。

必要な書類が電子化され、クラウド上にあり、すぐ参照できればテレワークの領域も広がります。

今こそ、紙文書の電子化をご検討下さい。

弊社はスキャニングサービスで 350 社以上の実績があり、様々なノウハウを蓄積しております。お気軽にご相談ください。



テレワークに活用できる紙文書の例

- 顧客に納入した機械・設備等の図面、仕様書、打合せ記録など
- 契約書（原本は捨てられませんが閲覧用には電子化が便利です）
- 参照が必要な様々な過去資料



株式会社 宏和

Kowa Corporation

東大阪市長田東 1-7-22 TEL 06-6789-2313 FAX 06-6789-2339

<https://www.d-kowa.co.jp/>

<https://scanning.jp/>

オンデマンド印刷 会社案内、パンフレット、チラシ、名刺、カード、封筒、シール、伝票、表彰状
冊子印刷 取扱説明書、カタログ、記念誌、広報誌、報告書、論文、自分史
電子化業務 紙文書・紙図面スキャニング(電子化)サービス、データエントリー(入力)、データコンバート
CAD業務 CADデータ出力、CADデータ入力(トレース・設計)、電子納品データ作成
コピー・製本 大判コピー、カラーコピー、各種製本、ラミネート、パネル・看板制作
その他 人材派遣、人材紹介、マイクロ撮影、マイクロフィルムスキャニング、WEB制作

(株)宏和が毎月お客様へお役立ち情報をお届けします。

コウワ/ワ

MONTHLY NEWS LETTER Vol.57

2020

6

June

コウワ/ワ

6

Vol.57

発行者：株式会社宏和
所在地：〒577-4001 大阪府長田東1-7-22

TEL 06-6789-2313

(株)宏和

新型コロナウイルス問題であらためて考えさせられたのが「リーダーシップ」です。前例のない事態に直面した時のリーダーシップとはどうあるべきか？普段はあまり見ることのない閣僚、官僚、都道府県知事等の会見を見て、わかりやすい言葉で、説得力のある話ができる人が意外に少ないと感じます。ナポレオンが残した言葉に「リーダーとは希望を配る人」というのがあるそうですが、まさに本質かもしれません。

代表取締役 日笠宏昭

コーヒーの新潮流・サードウェーブって？

ブルーマウンテン世代にやさしく解説します <その1>

「コーヒーの最高傑作は？」と聞かれたらなんと答えますか。「ブルーマウンテン」とお答えのあなたは、残念ながらコーヒーの潮流についていけてません。「いやいやキリマンでしょう」、「トアルコトラジャですよ」、と身を乗りだそうものなら、すでに“化石”と言われても仕方がない?! 今やコーヒーは、トレンド雑誌が特集を組むほど若者のカルチャーシーンになくはならないアイテムになっています。「酸味」「苦味」「コク」に、星印をいくつつけるかでコーヒーのウンチクを語っていたブルマン世代には、イマドキの若者たちが紡ぐコーヒー文化は想像を絶する迷宮かもしれません。なんせ、「柑橘を思わせる鮮やかな酸味と、アプリコットのような甘味を感じさせ、フルーツジュースのようにジューシー。舌触りが滑らかで、甘さの余韻が心地よい」。これがワインでもチョコレートでもウスキーでもなく、コーヒーに捧げられた賛辞なのです。今、コーヒーは「サードウェーブ」の時代。今号では「サードウェーブ」以前にさかのぼってコーヒーの歴史を振り返ってみましょう。

第1の波：ファーストウェーブ

20世紀、インスタントコーヒーの発明とともに、次第にコーヒーの大量生産・大量消費が進みます。世界的に流通が発達し、安価になったコーヒーは、1962年にはアメリカ国民一人あたりの1日の消費量が3杯越えに。日本でも1969年にUCCが缶コーヒーを開発し、翌年の大阪万博で話題になるなど、ファーストウェーブは大手メーカーによるコーヒーの大量生産の時代といえます。

第2の波：セカンドウェーブ

1971年、セカンドウェーブの象徴となるスターバックスが、アメリカ・シアトルで誕生。高品質で深煎りの豆が主流になります。日本では1996年、スタバの進出とともにセカンドウェーブが一気に押し寄せ、その後の勢いはご承知のとおり。カプチーノやラテなど深煎りの豆にミルクを合わせたメニューですそ野をを広げ、テイクアウトのカップを片手にさっそうと街行く姿がストリートファッションとして定着しました。

さて、ここでブルマン世代にコーヒー裏話を

日本では最高級といわれてきたコーヒー銘柄、「ブルーマウンテン」や「トアルコトラジャ」は、実は世界ではそれほど知られてません。これには深い裏話がある。

ブルーマウンテン

産地はジャマイカ。経済成長を遂げた日本は、ジャマイカにたびたび経済支援や技術支援を行ってきました。1980年代のコーヒー栽培の技術援助もそのひとつ。このときに名乗りを上げて農園経営に乗り出したのがUCCです。以来、ブルーマウンテンの80%を日本が買い付け、最高級というイメージを定着させ、UCCとジャマイカは30年余にわたりウィンウィンの関係を築き上げたのです。

トアルコトラジャ

この銘柄、実は販売元のキーコーヒーがつくった造語です。産地はインドネシアのトラジャ地方で間違いのないのですが、頭についた「トアルコ」は、「トラジャ(Toraja)地方のアラビカ種(Arabica)のコーヒー(Coffee)」のアルファベットの最初の2文字をつなげたもの。同社は1970年代後半から現地に入り、コーヒー農園の経営に尽力。「幻のコーヒー」としてCMを打ち、高級感を演出し、高値で売り出したのです。

というわけで、無邪気な日本の消費者は、コーヒー会社の戦略にある意味ノセられた、といえるかもしれません。逆にいうと、戦略としては大成功! でしたね。

では、そんな「ブルーマウンテン信仰」や「トアルコトラジャ幻想」が、サードウェーブの到来によってどうなるのか。次号では、第3の波:サードウェーブについてご説明します。お楽しみに!

<ひとくちメモ1>

一杯のコーヒーの生い立ち
簡単に言うと、(コーヒーの木を)栽培する→果実(コーヒーチェリー)を収穫する→果実から豆を取り出す(精製)→豆を火力で煎る(焙煎)→挽いて粉状にする→淹れる、という流れになります。豆の種類や生産地、焙煎の度合い、挽き具合、淹れ方によって味が変わってきます。中でも、焙煎が味を左右する大事な工程と言われています。

<ひとくちメモ2>

コンビニコーヒー
今や無視できない存在となったのがコンビニコーヒーです。統計から推測すると、コンビニでの販売数は年間25億杯程度ではないかと思えます。会社により機械(淹れ方)が異なっており、セブンイレブン、ファミリーマートはドリップ式(家庭で淹れるように、挽いた豆にお湯を注いでフィルターで自然透過させる)ですが、ローソンはエスプレッソ式(専用マシンを使って粉に圧力をかけ短時間でコーヒーの成分を抽出させる)です。ネット上に各社の味の違いなど様々な情報が出ています。