

令和2年5月

シャープ社友会 「結成40周年記念誌」づくりにご協力をお願いします。

我が社友会は、2020年に結成40周年を迎えます。これを機に皆さんから「思い出の職場、仲間との絆」をテーマに、懐かしい写真やエピソードの数々を投稿頂きたくご案内申し上げます。奮ってご投稿をお願いします。

投稿頂きたい内容（下記の1又は2のいずれかをお願いします）

1、「忘れられない思い出の職場と仲間たち」

- ①仲間たちと撮った写真、2～3枚をお願いします。（1枚大きく表示）
職場での写真、レクリエーションで撮った集合写真など
- ②文章は、当時の仕事、職場の思い出、仲間との苦労話など自由に
掲載スペースはA4・1頁です。
文章の量は、横25文字、縦8行×3ブロック程度を目安にしてください。
- ③あなたの顔写真、氏名、会員番号、当時の所属・職場名

2、「今も続いている仲間との絆」

- ①最近撮った仲間との集合写真、2～3枚をお願いします。（1枚大きく表示）
今も続いている、仕事仲間、職場仲間、職種仲間など
- ②文章は、会の内容、どんな仲間の集まりか、今も続いている理由など自由に
掲載スペースはA4・1頁です。
文章の量は、横25文字、縦8行×3ブロック程度を目安にしてください。
- ③あなたの顔写真、会員番号、会の名前、どんな集まりかが分るタイトル

★★見本を参考にしてください★★

<投稿要項>

- 1、原稿締切日 **2020年9月30日**
- 2、原稿送り先 社友会本部・40周年記念誌編集委員会 宛
住所 〒581-8585
八尾市北亀井町3丁目1-72
シャープ（株）八尾事業所内
TEL06（6794）8850

*原稿は、メールでも受け付けております。

メールアドレス shayuhmb@kcn.jp
シャープ社友会40周年記念誌事務局



五十嵐 昇
(No.0000)

日本の調理文化に革命 ターンテーブル式電子レンジ ハイクッカー



レンジの歴史はシャープから

1961年日本初の電子レンジをシャープが開発。
1966年国産初のターンテーブル式の電子レンジを発売した。ハイクックレディのレンジ調理の提案と相まって、最先端のレンジを次々開発し、調理文化の革新を図っていく。その仕事に携わってきた多くの仲間たちが、レンジづくりのノウハウを伝承させて今に至る。

今年で第16回目の電子レンジOB会

2005年「シャープ電子レンジ生産1億台達成を祝うOBの会」として発足したのがこの電子レンジOBで先輩、後輩の多彩な人たちが集まっている。

メンバーは総数〇〇名、今年も新しく9名の方の入会があり、令和元年11月に68名の参加を得て道頓堀ホテルで、第16回のレンジOB会を開催した。

懐かしい仲間が集い、たいへん盛り上がった会となった。

盛りだくさんのイベントの数々

OB会会長の挨拶、現役幹部から近況を具体的に報告頂き、初参加の方々からも挨拶を頂き、レンジへの思い入れの強さと愛情を感じました。

イベントの一つ目は、40年前の思い出の写真をスライドショーにして大いに盛り上がりました。続いて全員参加のゲーム大会、景品の争奪じゃんけん大会と懐かしく楽しいOB会でした。





北田 秀人
(No.4545)

ブランド力を高める為にみんなの英知を結集
わずか8年でトップブランド企業に！



2007年10月忘れられない大レクリエーション

100名近い部員がバス2台に乗り込み湯郷温泉へ1泊2日の大旅行を決行。初日はバスを途中下車し、体育館を貸し切った大運動会である。

「シャープブランド高等学校秋の大運動会」の名の下部員が何班かに分かれ「2人3脚」「ビーチ風バレー」「パン食いりレー」「大縄跳び」で点数を競う。

競技が始まるとみんな一生懸命、元気のいい笑顔が館内に響き渡る。気持ちがひとつになり、一体感が自然に生まれた催しだった。

国際社会の中でキラリと光るオンリーワン企業へ

1998年6月、シャープの4代目として町田氏が社長に就任した。当時のシャープの企業ブランド力は業界で7位にランクされ、存在感の薄い、イメージの希薄な会社だった。ブランド力の低さに幾度となく悔しい思いをしてきた町田氏はブランド力を高める経営を進めていく。それが社長就任早々打ち出した「オンリーワン経営」だった。

20世紀に置いていくもの、21世紀に持っていくもの

2000年1月、液晶テレビを始めた時のテレビコマースのキャッチコピーである。世界のAQUOSは、ここから作られていった。

コミュニケーション部門を本部に集結

ブランドは宣伝だけで作れるものではない。しかし社内社外に向けたコミュニケーションがブランド作りに大きな影響を与える。そこで国内外の宣伝部門、営業の販促部門ブランド戦略企画部門などのメンバーを一堂に集結100名を超える大部隊である。ひとつの目標の下に、英知を結集すれば、とてつもない力を発揮する。それが、わずか8年で企業ブランド力を業界ナンバーワンにしたのだと思う。

熱い思いをひとつに、全社のパワーを結集すれば、不可能も可能になることを教えられた。

