

WK

WA-KURAS

Kumamoto Work & Life Paper

ワクワク、はたらく。

ワクワク、くらす。

あしたも、
あさっても
熊本で、
大事な人と
生きていく。

「巻頭特集」

熊本で暮らす。熊本で生きていく。

We love Kumamoto

君はどれだけ知っている？

百貨店のオシゴト

ジモトで！ 熊本で！

キラキラ輝こう

熊本経済News

大学インフォメーション

Campus shot!

崇城大学&東海大学

CLUB PRESS

鎮西高校ダンス部

2018.06.28

vol.

1



WANIMA KENTA (Vo, Ba) からメッセージ

東京都在住、熊本県天草市出身!!

WANIMAのKENTAです!! まずは創刊おめでとうございます!!

僕は天草の倉岳町から上京し10年が経ちました。いまだにスーパーなどで熊本県産や天草産の食材を見つけると、うれしくなります。メロディや歌詞を考えている時なども熊本や天草の景色や匂いまでも思い出します。僕が何を言いたいかというと、控えめに言ってめちゃくちゃ熊本が大好きだということです。

これからも音楽を通じてかけがえのない熊本とともに生きていきます。歌いたくなったらいつでもライブに遊びに来てください。その時はボーカルよろしく願いいたします!! ニヤリ



WANIMA

熊本出身のKENTA (Vo, Ba, ワンチャン)、KO-SHIN (Gt, Cho, 無口)、FUJII (Dr, Cho, 食いしん坊) からなる3ピースロックバンド。2014年に『Can Not Behaved!!』でデビュー。メジャー1stフルアルバム『Everybody!!』が30万枚を超える大ヒットとなるなど国民的ロックバンドへ成長を遂げる。5月16日には新曲『Drive』を発表。

◆WANIMA Everybody!! Tour Final

8/25(土)・26(日)@メットライフドーム (埼玉県所沢市)

16:00開場、18:00開演 ¥7,400- (税込み)

特設サイト<https://wanima.net/everybodytourfinal/>

“大好き!!”
なのには
理由がある。

JKのかわいさ、
日本一!(笑)



ヒトコト社代表
村上 美香さん

行動することが生きること。
まずは、やってみましょう!



熊本でワクワク暮らす

人生の先輩や高校生・大学生に

“熊本のどこが好き?”と聞きました。

水道水がごくごく
飲めるとこ!



熊本の祭りって
かっこいいすよね。



We Love



くまモン最高!



熊本出身の有名人が
熊本大好き“って
言ってくれるの、うれしいよね。



馬刺しがだごウマか!

繁華街のど真ん中に、
どーんとお城。かっこいい☆



熊本のために
自分にできることは
バスケットボールを通して
元気を与えることでした。

熊本ヴォルターズ
小林 慎太郎選手



路地裏に
個性的でステキな
お店がいっぱいあるところ!



細川家の家紋って、
めっちゃオシャレじゃ
ないっすか?



火の国魂。
暑苦しいけど、
そこがいい!



Kumamoto



熊本での思い出が
私の頑張る源です。

HKT48
田中美久さん

ほどよく都会、
ほどよく田舎。



熊本で暮らす。熊本で、生きていく。

大人でもない、子どもでもない人生の岐路に立つ君たちへ。抱えきれない悩みでモヤモヤしながら、何か夢中になっている友人を見ては、うらやましがったり焦ったりしているかもしれません。

「都会に行けば、人生が変わるかも」。そう思っている人は多いかもしれないけれど、今は、昔と違って、都会にいらなくても最先端に触れられる時代。SNSやインターネットですぐに未知の世界とつながることができるし、飛行機や新幹線でいろんなところに飛んでいける。そんな時代に、都会の大学に行って、都会で働く

この意味って何だろう。ちょっと立ち止まって考えてみませんか?
今も昔もセンスある“わさもん”たちがつくり上げてきた熊本。この地で「ここにはないもの」「あったらいいもの」を想像しながら、未来について考え、行動する毎日でも悪くないのでは。
「WA-KURAS」は、若い世代が熊本でワクワク暮らすことを応援したいという思いで創刊しました。人生に役立つ熊本の情報をいっぱい詰め込んで、皆さんの応援団長でありたいと考えています。これから、どうぞよろしくお願いします。

**HKT48 第5期生
オーディション開催中!**
HKT48では新メンバーオーディションを開催中。詳しくは下記HPをご確認ください。
<https://www.tike-uke.com/hkt-5th/>

熊本をはじめ日本の各地方では、人口流出や地元就職率の低下がさげばれています。

夢をかなえるために、何かを手に入れるために都会を目指すのも一つの手かもしれません。

しかし、自分が生まれ育った土地だからこそ得られる幸せもあるはずです。

仕事やプライベート、住まい、子育てなどさまざまな面から、熊本と都会を数字で比較しました。

県内で新規就職する高卒者数は平成20年以降、減少傾向にあります。これは県内人口の減少に加え、県外就職率が高い割合で推移していることが要因です。九州は特に地元就職率が低い傾向で、熊本は全国で下から6番目(平成30年3月)。人口流出による人材不足で、熊本の将来が懸念されています。

一方で、熊本県の有効求人倍率は平成21年9月以降上昇しており、28年10月には全国を上回りました。景況や熊本地震後の需要増といった経済的背景もありますが、熊本での就職先選択は非常に有利な状況といえます。

今年1月に熊本労働局が実施した、高校生の就職先選択に関するアンケートによれば、若い人が重視しているとして1位に選んだのが「働きやすさ」。2位は「仕事の内容」で、収入面よりもやりが

いや魅力を大事にし、自分が輝ける充実した人生に対して意識が高いことが感じられます。

仕事でもプライベートでも、熊本で充実した生活を送れる“ワケ”を例示しました。「地元で夢をかなえる」ことを考えてみませんか。

県内の新規高卒就職者状況

年度	卒業者数 (人)	就職者数(人)			県内就職率 (%)
		全体	県内	県外	
H30.3卒	15,424	3,994	2,444	1,550	61.2

※文部科学省調べ

全国で下から6番目…

熊本でなら
マイホームも夢じゃない!



あこがれのマイホーム

	熊本	東京
① 住宅の広さ	129.3㎡	90.7㎡
② 持ち家世帯の比率	64.1%	45.8%
③ 住宅地の平均価格	27,800円/㎡	323,800円/㎡

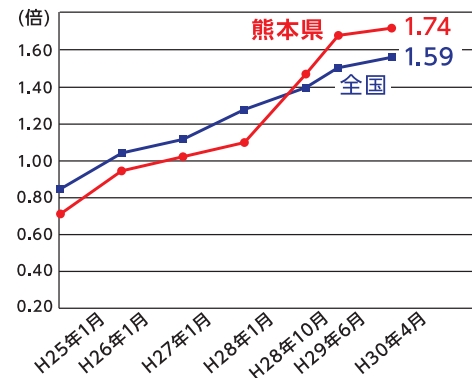
※データ出典…①②社会生活統計指標2013(総務省統計局) ③都道府県別・用途別平均価格表2016(国土交通省)

ジモトで! 熊本で!

キラキラ

きっとかなう、あなたの夢

有効求人倍率(季節調整値)の推移(月別)



※厚生労働省 職業安定業務統計より

人材が不足しているので
熊本の有効求人倍率は
全国平均を上回っている

東京、福岡より圧倒的に高いのが持ち家率と住宅の広さ。家を建てるのは決して“夢”ではないんです。住宅地の平均価格の低さも魅力的ですね。

センパイから一言



内田 壮一郎さん(33)
優さん(32)
公務員、歯科衛生士・熊本市在住

東京で就職して、東日本大震災を機に戻ってきました。家を建てて1年。出来栄には大満足です。熊本に帰ってきたから建てられたのかも。

高校生・大学生の皆さんはもちろん、中学生や保護者、会社の社長さんたちも、熊本の魅力を再発見してくださいね!

輝こう

仕事、プライベート、子育て、マイホーム

	熊本	東京
① 通学・通勤時間	23分	39分
② 自家用乗用車の世帯当たりの普及台数	1.3台	0.5台

※データ出典…①平成23年社会生活基本調査(総務省統計局)②一般社団法人自動車検査登録情報協会/住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数

キャリアを生かせる
職場もいっぱい!



マイカーでプライベート充実

マイカーがあると断然便利。都会に比べて、通学・通勤時間は短いし、休日は友達や家族と遠くに出かける楽しみも。行動範囲が広がりますね。



女性も活躍しています!!

	熊本	東京
管理的職業従事者に占める女性の割合	17.2%	15.8%

※データ出典…平成24年就業構造基本調査(総務省統計局)



松本 泉さん(45)
会社員・熊本市在住

長年、専業主婦でしたが、6年前に正社員になりました。係長として「任される」「頼りにされる」ことにやりがいを感じますね。厳しく愛情を持って部下と接しています。



魅力的な企業がたくさん

基幹産業である半導体や輸送機器分野では、世界シェア1位の企業が何と熊本に! また、研究開発の大規模な拠点があったり、生産量日本一だったり、世界・全国で存在感を示す企業が熊本にはたくさんあります。

安心して
子育てできる
環境がうれしいわ



出産も子育ても安心!

出生率低下が問題となって久しいですが、熊本は東京、福岡と比べ、出生率が高い結果に。環境が充実しているのに加え、出産費用が安いのも一因と思われます。熊本の未来は明るい!

	熊本	東京
① 出産費用	413,722円	609,189円
② 1世帯あたりの教育費	156,133円	234,230円

※データ出典…①公益財団法人国民健康保険中央会平成27年度出産費用 ②2015年家計調査(総務省統計局)

熊本の未来を創るのは皆さんです!



熊本県知事 蒲島 郁夫

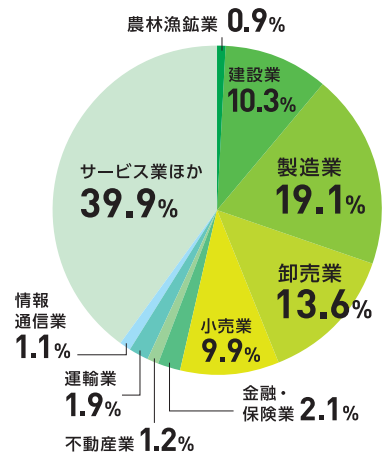
農協職員からハーバード大学で政治学を専攻し、東京大学教授へ。現在、熊本県知事3期目
座右の銘：逆境の中にこそ夢がある

熊本地震から2年が経過しました。この間、多くの若者がボランティア等の活動を通じて熊本の復旧・復興を支え、県民に笑顔と勇気を与えてくれたことをとても誇りに思っています。

皆さんがこれから就職を考えるに当たり、熊本に残るか県外に出るか迷われることもあるでしょう。

夢をかなえるために、県外に出るという選択もあると思いますが、今日では、ビジネスのグローバル化や企業の進出等により、熊本で暮らしながら世界を相手に仕事をしたり、夢に向かって挑戦するチャンスも増え、社会への貢献を実感できる環境が整ってきています。

熊本の魅力ある企業や暮らしやすさについて発信するこの「WAKURAS」が、「皆さんの人生とこれからの熊本」を考える手助けとなり、皆さん一人一人が、創造的復興を成し遂げ熊本の未来を創っていく主役となることを期待しています。



※データ出典…東京商工リサーチ調べ平成28年



働く人がいきいきと輝き、安心して働き続けられる企業として熊本県が認定する「ブライイト企業」。194社が認定されています(平成30年6月現在)。

information

Open Campus

Check!

■ 県立技術短期大学校(菊池郡菊陽町原水4455-1)
7/28(土)・29(日) 各日13:00~17:00
☎096-232-9700(総務学生課) 参加費:無料 申し込み:不要
学校案内や学科説明会、施設見学、各種相談会を実施。また、「つまようじブリッジ破壊体験とシミュレーション」「フローチャートによるロボットプログラミング体験」の2つの模擬授業も体験できます(いずれも16:10から50分間)。

■ 県立高等技術専門校(熊本市南区幸田1-4-1)
①8/1(水)・②8/5(日) 各日9:30(受け付け)~正午
☎096-378-0121(担当:藤島) 参加費:無料
申し込み:①7/27(金)まで、②8/1(水)までに電話で
各科の概要説明と体験実習などが実施されます。詳しくはホームページをごらんください。

業務部・営業企画グループ

次の流行をつくるのは君かも!?

トレンドの最先端に触れるオシゴト。

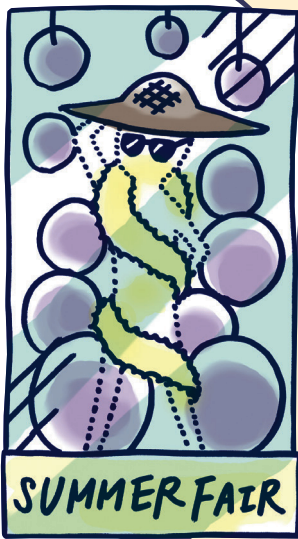
さまざまな部署から希望者が集まってチームを組み、キャンペーンの企画案を出し合うプロジェクトの取りまとめなどを行っています。例えば「クリスマスキャンペーンの目玉イベントを考えて!」というお題が出されると、それぞれのチームが、お客さまに喜んでいただけるようなアイデアを出し合い、企画をプレゼン! 晴れて採用された企画をもとに、関連部署と連携しながら、一つのイベントをつくり上げていきます。このプロジェクトは入社1、2年目の若手社員のアイデアが採用されることも多く、無から有をつくり出すシゴトの醍醐味を経験できるチャンスです。



販売促進部・VMDグループ

一番目立つ透明人間です。

「VMD」とは「ビジュアル・マーチャンダイジング」の略で、ショーウィンドーのディスプレイや店内装飾、売り場のPOP製作などを担当する販売促進活動の一つ。店頭にあるショーウィンドーは、空間デザイナーと話し合いながら、2週間ごとにディスプレイを変え、お客さまに季節感や商品の魅力を伝えます。ディスプレイを入れ替えるのは、もちろん閉店後。担当者が直接お客さまに接する機会は多くありませんが、一番目立つ“百貨店の顔”をつくるシゴトです。



業務部・広報・計数担当

伝えるのは、誠意。隠さないから、信用される。

会社の決算や人事、CSR、イベント・催事などの情報を、新聞社、テレビ局などの各報道機関にメールやファクスなどで配信したり、直接取材を受けたりするシゴトです。会社の情報を分かりやすく原稿にまとめ、誠意を持って伝える姿勢が求められます。また、刻一刻と吸い上げられる入店や売り上げなどの営業データを分析するのもシゴトの一つ。前年度との比較や時間ごとの入店数の推移などを細かくチェックし、他部署と共有し分析します。



君はどれだけ

百貨店の

ライフスタイルを豊かにする
さまざまな商品を取り扱う百貨店。
そこにはたくさんの人が活躍しており、
販売職以外にもさまざまな職種があります。
では、一体どんなオシゴトがあるのでしょうか。
WR-KURAS編集部が潜入取材しました。

人事部

“金太郎あめ”より“桃太郎”を見抜く力。

新卒・中途の採用活動をはじめ、人事の評価制度の策定や、給与計算などを行っています。特に採用活動は、相手を深く理解することが大事。そのためには、時には聞きづらい質問をすることも。どの面を切っても同じ表情を持つ“金太郎あめ”よりも、サルやキジなど個性ある仲間たちと協力しながら、自分らしさを発揮する“桃太郎みたいな人材”を求めているんだとか。学生のリアルな悩みに寄り添う入社2、3年目の若手社員も活躍している部署です。



人事部・電話交換室

つらいことがあっても“笑声”を絶やしません。

お客さまや取引先からかかってくる電話に対応する部署。多い日は600件ほどに対応しています。内容は、商品や催し物についてのお尋ねだけでなく、交通アクセス、ご意見などさまざま。顔が見えないだけに、笑顔ならぬ“笑声”を心がけ、つらいことがあっても問い合わせに的確に答えつつ、お客さまの気持ちをしっかりと受け止めます。毎朝の発声練習を欠かさず行い、大切な声を守るため、風邪などを引かないように体調管理にも努めています。



外商部

雨の日も風の日も走れ! お客さまのもとへ。

外商会員(お客さま)である法人や個人宅を訪ね、情報提供をしながら、ご要望を細かく伺い、商品を販売したり、お届けしたりするシゴトです。お客さまとの信頼関係によって成り立っていることから、百貨店内の情報を熟知したベテラン社員が担当することが多い部署です。



顧客コミュニケーション部

ウェブに、百貨店のワクワクを詰め込む。

百貨店ECサイトの掲載商品の選定や更新、SNSを使ったリアルタイムの店舗情報を発信しています。また熊本県産品を全国に紹介したり、外国人観光客向けの情報を発信したりと、今後もさまざまな展開が期待される部署です。また、サイト内の受注情報を売り場に伝達したり、お客さまからの問い合わせメールに返信したりするなど、正確で迅速な対応が求められます。



商品本部MD担当

オーケストラの指揮者!? みたいなシゴトです。

それぞれの売り場の商品がお客さまにとってより魅力的に感じてもらえるよう、売り場の配置を変えたり、店内の改装などを企画・立案する部署です。「呉服のイベントに、お茶菓子のコーナーを設けたら、より楽しんでいただけるのでは?」「インナーやランジェリーのコーナーに、ネイルサロンなどリラックスできる空間を設けたら、リフレッシュしていただけるかも!」など、百貨店全体を俯瞰し、売り場を組み合わせたり、隣り合わせたりすることで、より魅力的なハーモニーが奏でられるように導きます。



販売促進部・催事企画グループ

北は北海道、南は沖縄までまだ知らないイネを探しています。

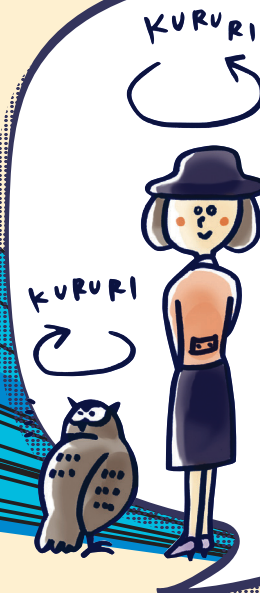
催事は、お客さまにとって、百貨店に行く大きな楽しみの一つ。催事企画グループは、日本全国を飛び回っての出店交渉に始まり、催し期間中の運営から売り上げの集計まで、催事に関わるあらゆる業務を行っています。また、新聞に折り込む催事のチラシ作成のために写真素材や資料手配をしたり、テレビやラジオを使っている広報活動など、報道関係者に魅力的で適確な情報を提供します。



人事部・案内係

上がったたり、下がったり。視界360度が自慢です。

エレベーターの操作やフロアの案内などをするシゴトです。案内所では売り場やイベントの情報を把握し、お客さまに正確な情報を伝えるだけでなく、意見にもしっかり対応します。エレベーターでは、安全に気を配りながら操作を行い、狭い空間で不快な思いをしているお客さまがいらないかなど、360度気を配ります。



免税カウンター

ハローも! ニーハオも!

外国人のおたすけシゴト人。

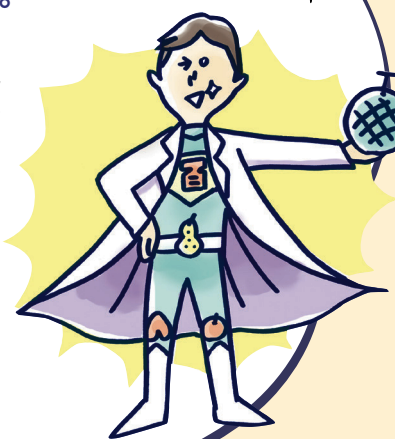
中国語、広東語、インドネシア語、英語などを母国語とするスタッフを配置し、外国人観光客向けの免税手続きなどを行っています。店内でのお困り事に関する問い合わせ以外に、旅のトラブルや観光情報についての質問も多いそう。外国人の皆さまが熊本での日々を楽しめるよう、尽力しています。



食品部・果物売り場

果物の味と魅力。お客さまにお伝えします。

果実生産者を訪ね、選りすぐりの逸品を仕入れるバイヤー。売り場で販売も担当しています。百貨店における果物の売り上げの約7割が贈答品。お客さまは果物の見た目ではその味や食感が判断できないため、販売担当者は商品が育った環境や生産者の取り組み、味の特長を的確に表現する力が必要です。また、お客さまからの声を生産者に伝え、よりよい商品づくりをサポートすることも大切なシゴトの一つです。



子ども用品部

百貨店ファンの英才教育はここから。

妊娠、誕生、七五三、入学など、お子さまの成長に応じてたびたび訪れることとなるフロア。だからこそ、家族にとって百貨店が楽しい場所となるように、さまざまなイベントを企画! 保護者が買い物中に、お子さまが退屈することがないよう、チームプレーで接客します。



知ってる? 百貨店業界用語

【シャワー効果】

上層階に催事やバーゲン会場など魅力的な施設・イベントを充実させることで、上から下へのお客さまの流れをつくり、店舗全体の売り上げ増につなげる効果。逆に、食料品売り場など地下を充実させ、下から上へお客さまの流れを作る効果を「噴水効果」という。



※シゴト内容は、あくまでも一例です。(取材協力: 鶴屋百貨店)

Illustration: まいてい