

ビジネス支援コーナー 新着図書リスト



集計期間 2020/07/15~2020/09/30

請求記号	タイトル	著者名	出版者	出版年
159.4/サ	仕事の哲学	酒巻久／著	PHP研究所	2020.9
159.4/フ	のびのび働く技術	リズ・フォスリエン／ほか著	早川書房	2020.8
324.52/ヤ	起業家が知らないとヤバイ契約書の読み方	藪田崇之／著	秀和システム	2020.7
335.14/I	ビジネス心理学大全	榎本博明／著	日経BP日本経済新聞出版本部	2020.7
335.35/オ	中小企業・支援者のためのものづくり補助金申請ガイドブック	大西俊太／著	税務経理協会	2020.8
335.35/サ	社長がボケた。事業承継はどうする？	坂本政史／著	中央経済社	2020.8
335.8/ワ	ボクらはわがままな起業で生きてゆく	脇本泰志／著	Clover出版	2020.6
335/ウ	個人事業の教科書1年生	宇田川敏正／監修	新星出版社	2020.7
335/タ	起業大全	田所雅之／著	ダイヤモンド社	2020.7
335/チ	地方起業の教科書	中川直洋／著	あさ出版	2020.8
336.2/ヒ	武器としての図で考える習慣	平井孝志／著	東洋経済新報社	2020.7
336.3/フ	部下を自立させる女性上司の仕事習慣術	藤野祐美／著	セルバ出版	2020.9
336.4/エ	発想の転換で読み解く働く女性のやる気スイッチ	世永亜実／著	翔泳社	2020.7
336/I	コロナ後に生き残る会社 食える仕事 稼げる働き方	遠藤功／著	東洋経済新報社	2020.7
336/サ	1年仕事がなくとも倒産しない経営術	坂口孝則／著	ハガツサブックス	2020.8
336/ハ	The Visual MBA	ジェイソン・バロン／著 関美和／訳	ダイヤモンド社	2020.8
336/セ	会社をたたむな!	森井将経／著	明日香出版社マイブック出版室	2020.8
366.29/ク	35歳からの後悔しない転職ノート	黒田真行／著	大和書房	2020.8
366.3/フ	Q&A「職場のハラスメント」アウト・セーフと防止策	布施直春／著	中央経済社	2020.9
498.3/I	肩・首・腰・頭デスクワーカーの痛み全部とれる	遠藤健司／著	かんき出版	2020.7
673.3/カ	絶対にカスハラに負けない《実践》心理テクニック53	神岡真司／著	ゴマブックス	2020.8
673.3/ワ	“内向型”のための「営業の教科書」	渡瀬謙／著	大和出版	2020.8
673.97/チ	売上を、減らそう。	中村朱美／著	ライツ社	2019.6
675/ニ	自由すぎる公式SNS「中の人」が明かす企業ファンの作り方	日経トレンドィ／ほか編集	日経BP	2020.6
675/ハ	デジタル時代の基礎知識『SNSマーケティング』	林雅之／ほか著	翔泳社	2020.7
809.2/タ	ビジネス・就活で生きる「伝え方」のベストプラクティス	高嶋幸太／ほか著	大修館書店	2020.9
R3	サーナ (sana) 夏号Vol.64		サーナワークス研究所	2020.7



あとがき

小牧山のふもとで50年以上親しまれてきた現・小牧市立図書館からお送りする「ビジネストピックス」は今号が最後です。平成27年6月創刊号からこの45号まで、様々なトピクステーマとともに250冊以上の本を取り上げ、ご紹介してきました。SNSをはじめ秒単位で更新される多様なデータソースに囲まれめまぐるしく変化していく日々の中で、紙にまとめられた「本」という有形の情報が持つ長所を少しでもお伝えできたなら、こんな嬉しいことはありません。2021年春にオープンする新図書館のビジネスコーナーで、気持ちも新たに皆様をお待ちしています。

(兼)

-ビジネス トピックス-

★☆☆Business Topics☆☆★



CONTENTS

◆図書館長の1冊 ……1

今月のTOPICS

◆WithコロナとSNSの力 ……2, 3

◆ビジネス支援コーナー

新着図書リスト …… 4

● 今月のTOPICS ●

WithコロナとSNSの力

4大SNSと呼ばれる「Twitter」「Facebook」「Instagram」「LINE」をはじめ、様々なネットワークツールは現代の暮らしやビジネスに欠かせない存在となっています。行動範囲や人との距離が制限されたコロナ禍のなかで、ネットワークの繋がりを見直された方も多いのではないのでしょうか。今回の特集では、魅力、収集力、判断力、影響力などSNSの“力”を感じる本をご紹介します。Withコロナ時代の企業運営のヒントとしてご活用ください。

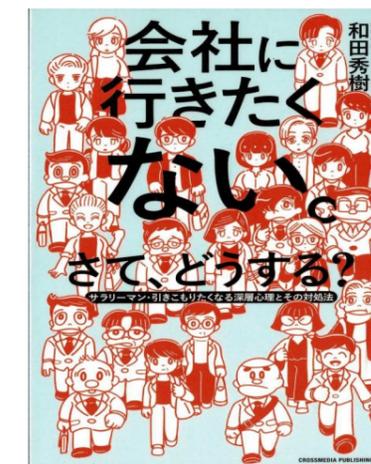


会社に行きたくない。さて、どうする？

和田秀樹／[著] クロスメディア・パブリッシング (498.8/ワ)

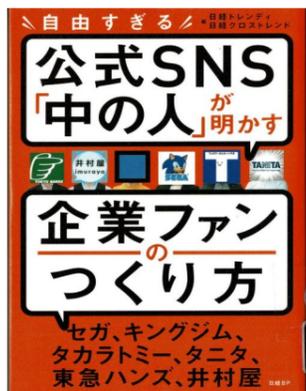
コロナウィルス感染拡大でテレワークが進み、働き方も変化してきましたが、依然として「会社に行かなくてはならない」という考え方は、日本人の心を支配しているように思えます。

この「会社に行きたくない」という気持ちは、心身の不調を示す重要なサインです。このサインを軽視せず、さまざまな角度から考え、この本のアドバイスで気持ちが少しでも和らげば、きっと新たな活力がわいてくることでしょう。



WithコロナとSNSの力

自由すぎる公式SNS「中の人」が明かす企業ファンの作り方
日経トレンディ／ほか編集 日経BP (675/ニ)



セガ キングジム タカラトミー タニタ 東急ハンズ 井村屋
この企業名にクスリときた方なら、この本の面白さも確信してもらえ
ると思います。
楽しく、ユニークなつぶやきで自社の好感度を大きく上げた公式
SNSの大成功企業6社の「中の人」が明かす、これまで培ってきたノウ
ハウや考え方、そして自社への愛がぎゅぎゅ詰まったアツい1冊です。
コロナ禍による営業自粛や買控えなど企業にとっても苦しい時代
に、ファンの期待を裏切ることなく公式SNSを発信し続けてきた原動力
となるパワーが、どのページからもあふれています。

ジェンダーはビジネスの新教養である 炎上しない企業情報発信
治部れんげ／著 日本経済新聞出版 (674.1/ジ)



ジェンダーとは「社会的な性差」を意味します。
企業情報も手軽にSNSで情報発信ができるようになり、ビジネス
パーソンもジェンダー視点を持つことが求められています。
本書では、過去に起きた炎上事例として優良企業のCMを例に
対策を講じています。
また、ディズニープリンセス映画を成功例として挙げています。女性
をひとまとめた表現ではなく、プリンセスの個性を光らせるその表現
は、大人になっても心に響くものがあります。
男性も女性もジェンダー規範にとらわれない自由な生き方を手に
入れるべく、新教養として抑えておきたい一冊です。

やさしくわかるデジタル時代の情報モラル4 SNS編
松下孝太郎・山本光／共著 技術評論社 (児童007)



主だったSNSには利用者の年齢制限が設けられていることはご存知
でしょうか。(※TwitterやInstagram等は13才以上)
リモート授業や緊急連絡など、インターネットやSNSは今や学校生活
にも欠かせないものですが、安全便利な活用には保護者だけでなく子
ども達もしくみやルールをしっかり理解する必要があります。
こちらは児童向けにまとめられた情報モラルシリーズで、理工技術書
で定評のある出版社から出されているだけあり、SNSの特徴やモラルに
ついて大人でも読み応えのある解説がやさしく書かれています。これから
SNSを始める年齢の子ども達が学ぶ本を大人の私たちが実際に確認し
てみることは、ビジネス書とは違ったアイデアにつながるかもしれません。

会社のSNS担当になったらはじめに読む本
落合正和／著 すばる舎リンケージ (675/ホ)



SNS利用者は年々増加しており、2020年中には7975万人に達
すると予想されています。もはやSNSでの発信は企業にとって欠かせない
ものである一方、どのSNSサービスでどんなことを発信すれば良いのか、
担当者を悩ませているところでしょう。
本書では、実際にSNSを活用している企業アカウントの例を取り上げ
ながら、効果的な発信方法や炎上リスクについて解説しています。
急に担当を任されて困っている…といった方にも参考になる内容です。

ポチらせる文章術
大橋一慶／著 ぱる出版 (674.6/ホ)



おもわずポチる(ネットで購入)。
そんな広告のキャッチコピー。
購入する人を幸せな気持ちにさせる「ベネフィット」を上手に取り入
れて、売り手も買い手も嬉しいキャッチコピーをどう作るか。
本書はコントを見ているかのようなテンポで次々と素敵な言葉を見
つけていきます。あなたもこれで一流のコピーライターです！

デジタル時代の基礎知識『SNSマーケティング』
林雅之／著 本門功一郎／著 翔泳社 (675/ハ)



コロナ禍の影響でTwitterのmDAU(収益につながる日別アクティブ
ユーザー数)は大きく増加、Facebookも増益が発表されています。今後ま
ず注目が見込まれるSNSマーケティングですが、フォロワー数やいいね!
の数の悩まされている「中の人」も多いのではないのでしょうか。
この本はTwitter、Facebookをはじめとした有名SNSの活用法を、
マーケティングに特化して丁寧に解説しているところが特徴です。本書を読む
と、何気なく目にするSNSニュースや広告にも綿密な目的設定と分析があ
り、その結果、利用者が購買へと気持ちを変化させていくという流れがよくわ
かります。
これから企業SNSを始める方、自社にとってどのSNSが最も有効か検討
中の方などなどに必読の書です！