



～お知らせ～

こここのところ肌寒い日が続きます。衣替えのタイミングを逸してしまい週末に夏物と冬物の入れ替えをしようかと思っています。コロナ感染も管内各県では「0」や一桁が続いており感染対策が緩みがちですが、思わぬところで感染が発生していますので今一層の引き締めをお願いします。



年末に向け納期が迫っている業務がありますのでよろしくお願い致します。昨今、耳にするのが「入口の点数は良いが出口の点数が悪い！」入札時の点数が良いが成果物等の点数は悪いと言うことです。このようなことがないように質の高い成果物の納品に努めてください。補償業務管理士の筆記試験が24日(日)に行われます。業務多忙で大変でしようが受験する社員の皆様は頑張ってください。全員合格を祈念しています。

先日、テレビで“都道府県魅力度ランキングで茨城県が再び最下位、昨年最下位だった栃木県が41位で最下位を脱出！”と放映されていました。上位が毎年固定化されているので最下位の的をあてたのでしょうか。9日に「地域ブランド調査2021」が発表されました。「地域ブランド調査2021」は、1,047の地域(1,000市区町村及び47都道府県)を調査対象とし、全国3万人が各地域のブランド力を徹底評価する日本最大規模の消費者調査だそうです。2006年に調査を開始、毎年実施し今回で16回目の実施となり、それぞれの地域に対して魅力度、認知度、情報接触度、各地域のイメージ(「歴史・文化のまち」など14項目)、情報接触経路(「旅番組」など14項目)、地域コンテンツの認知(「ご当地キャラクター」など17項目)、観光意欲度、居留意欲度、製品の購入意欲度、地域資源の評価(「街並みや魅力的な建造物がある」など17項目)などをインターネット調査し、各地域の現状を多角的に分析したものです。順位は1位(1)北海道、2位(2)京都府、3位(3)沖縄県～45位(38)埼玉県、46位(45)佐賀県、47位(42)茨城県となっています(昨年度順位)。ちなみに北陸では10位(10)石川県、22位(28)新潟県、24位(26)富山県でちょうど真ん中。詳細な情報は“地域ブランドNEWS”に掲載されています。

朝刊に面白いコラムが載ってました。“食堂のメニューで見かける「上カツ丼」や「上天丼」からの発想だろうか。中華料理でのジョークがある。客が注文した「海焼きそばの上をください」。店員「海鮮焼きそばのお間違いでは?」。「おかしいな。メニューにあるじゃないですか」。客が指さす場所には「上海焼きそば」と書いてあった。”(笑)

「3つの密を避けましょう！」 ①密室空間 ②密集場所 ③密接場面
「ウィークリースタンスの徹底を」お願いします

- ①昼休みや16時以降開始の打合せは行わない
- ②休日明け日(月曜日等)は依頼の期限日としない
- ③休前日(金曜日)は新たな依頼をしない
- ④ノー残業デー(水曜日)は勤務時間外の依頼はしない



○必見! ホームページをリニューアルしました! 新たな情報等があれば教えて下さい
www.hokurikuyouchi.co.jp

○お願い! 「Aipo」を活用しましょう