

パソコン楽習帳

Vol. 35

2003年9月1日

顔文字・絵文字・テキストアート

電子メールも普通の文字だけでは無味乾燥。たまにはメル友を驚かしてみたい。そんな遊び心を満たすのが、「顔文字」や「絵文字」。ちょっと面倒そうにみえますが、やってみれば結構楽しく、奥深い。新しい通信手段から生まれた新しい「文化」ですから挑みましょう。

「顔文字って何？」という人も、一度ぐらいは受け取ったことがあるのではないのでしょうか。キーボードにある記号や文字を組み合わせ、喜怒哀楽など人間の表情を描くのが顔文字です。

「寝過ぎてすみません」の意味を示す顔文字を添えるなど、文脈、状況に合った表情を使うのがコツ。冷や汗を示すものや、同じ笑いでも「万歳」と「ニッコリ」を使い分けて、微妙なニュアンスの違いを表せます。

【喜び・歓迎・挨拶】

- ・嬉しいとき...
- ・Vサイン.....
- ・キッス.....
- ・バンザイ...
- ・ヤッホー.....
- ・バイバイ.....
- ・乾杯！.....

【照れ笑い】

- ・照れ・赤面.....
- ・冷や汗・ギクッ

【泣き顔・謝罪・お願い】

- ・泣き.....
- ・おじぎ.....

ただ、ビジネスや交渉事のメールなどでの使用は基本的に厳禁。気安い相手、ちゃめっ気のある相手じゃないと、常識を疑われます。使って構わない状況かどうか、十分に気をつけてください。

実は、多くのパソコンにあらかじめ内蔵されています。Windows につく日本語入力システムで顔文字を引っ張り出せます。「しくしく」などの言葉でも、候補が出ます。いろいろ試してみてください。

たいていの顔文字は1行ですが、大きな範囲で記号や文字をたくさん使って、イラストのようにみせるのが、絵文字で「テキストアート」とか「アスキーアート」と呼ばれます。

【驚き・不機嫌】

- ・困惑・ビックリ.....
- ・聞こえな~い.....

【怒り】

- ・脅す・凄む.....
- ・ムチ打ち.....

【余裕・退屈】

- ・たばこ.....
- ・睡眠.....

【逃げ腰・話題変更】

- ・すすす.....
- ・この話はおいといて
- ・あっソレソレ！.....
- ・メモメモ.....

(出典：朝日新聞他)



白川 OA パソコン何でも出張サービス

こんな時はお電話ください

- ・機器の増設をしたけど分からない
- ・ソフトのインストールに自信がない
- ・ソフトの使い方が分からない

- ・パソコンを買ったけど接続ができない
- ・インターネットが繋がらない
- ・印刷できなくなった
- ・知らないうちに動かなくなった



TEL : 0574-74-0013

T V	見やすさではピカイチ!	TBS「News i」	http://news.tbs.co.jp
	ラジオニュースが充実!	NHK オンライン	http://www.nhk.or.jp
	主要ニュースをまとめて視聴可能!	フジネットワーク	http://www.fujitv.cp.jp
新 聞	ニュースサイトの定番	asahi.com	http://www.asahi.com
	仕事に役立つ情報が充実	NIKKEI NET	http://www.nikkei.co.jp
	動画ニュースも充実	YOMIURI ON-LINE	http://www.yomiuri.co.jp
	有料版では全文掲載	Sankei Web	http://www.sankei.co.jp
	コンパクトなトップページ	Mainichi INTERACTIVE	http://www.mainichi.co.jp

IT 何から始めればいいのか???

ホームページを作りたいけど、まず何をすればいいのか?
顧客の管理・対応をきちんとするためのノウハウは?
今使っているパソコンやソフトをもっと仕事に活用したい・・・!

こんな時は白川 OA に
お問合せ下さい。

TEL : 0574-74-0013
FAX : 0574-72-2008

IT時代の電報

GW に入って名古屋に住む小学生の姪から「子どもの日にお祝いの電報が欲しい」と電話がありました。「コドモノヒ、オメデドウだけでいいから」と遠慮がちに言う彼女の狙いは、実は電報の中身より「台紙」の方にあったようです。「その代わりに、絶対に<キャラクターパック電報>で送ってね」と約束させられ、調べてみると、これは電報をぬいぐるみ人形に持たせて届けるといったもの…。結局、電報代+人形代で4000円を超す出費になってしまいました。たかが電報1本と思って安請け合いました当方の不覚でした。

今や、ビジネスでもプライベートでも、緊急の連絡はインターネットや携帯電話が当たり前。電報なんて、もう慶弔の場面でしか利用されていないだろうと思込んでいたのも、当方の勉強不足。いつのまにか、電報は、こんなに遊びごころがあふれた楽しいものになっていたんです。

イギリスで電報サービス業務が始まったのは、今から160年前の1843年5月16日。日本の電報創業はイギリスに遅れること25年、1869年の東京・横浜間の32キロでした。事実なのか、お笑いの“ネタ”なのか、よくわかりませんが、電信で手紙が送れるということ勘違いした人たちが電線に手紙を結び付けた、というエピソードが生まれたのは、ちょうどこのころでしょうね。

開局当時の電報料は、カナ1字につき1厘1毛、そして配達料は1里につき12銭。一方、東京・横浜間の郵便物を速達扱いにすると20円というべらぼうな代金が必要でした。20円あればなんと2万字分の電報を打つことができたのに、当初の電信はもっぱら政府専用で、一般人が使用することはあまりなかったそうです。

インターネットから電報が打てることも、私にとっては新発見!

<http://www.ntt-east.co.jp/dmail/>

(出典: YJS NEWS)

SOHO (ソーホー)

自宅や小さなオフィスで、1~10名程度の従業員が情報通信技術を活用して仕事をする。子育てや介護など、家庭の事情で会社勤めができない人でも、仕事ができるメリットがあり、新しいワークスタイルとして注目を集めています。

言葉コラム

真剣にやると、知恵が出る。
中途半端にやると、愚痴が出る。
いい加減にやると、言い訳しか出てこない。

売れる数字のイメージ

一般的に日本人は偶数が好き

商品の価格が非常に重要なのは言うまでもないが、本来の価格設定とは別にその数字自体も無視できない。なぜなら数字にはそれぞれに特有のイメージがあるからだ。

人間は性格によって、それぞれ好みの数字があるようです。例えば、「1」が好きなのは、何でも一番になりたい勝気な人。「2」が好きなのは一歩引く協調的な人が多い。日本人に共通しているのは、偶数が好まれるということ。したがって価格設置においても、末尾の数字は一般的には偶数のほうがイメージ的には有利といえるでしょう。

価格は末尾の数字が大切

全体としては偶数はソフトで柔らかく奇数は鋭くて冷たいというイメージが定着している。ただ、価格の末尾にくる場合は、数字によって少しずつイメージの違いがある。

まず売れやすい数字は「8」「6」「9」。「8」は末広がりなどといわれ、日本では縁起の良い数字であり、しかも「ロクキュッパ・698円」など安いイメージを与える数字となっている。「6」も売れやすい数字とされる。「9」は安いイメージがある一方で、たった1円で1ケタ安いという印象を持たせようとするねらいが見えやすいとの声もある。だが特に欧米では、特売の際に使用頻度が目立って高く、顧客の購買意欲にも結びついているようだ。

端数は“まける”の心理に注意

逆に売れにくいといわれるのが、「1」「2」「3」「4」「7」。

中でも「1」「2」「3」などが末尾にくると、それくらいの端数はまければいいのに、というマイナスの効果を与えかねない。「7」の場合は、“ラッキー7”で縁起が良いとの見方もあるが、角張った視覚的イメージや、“シチ”という語呂の悪さが足を引っ張っている。これ以外の「5」「0」は、売れやすい、売れにくいの中間的なイメージで、まあまあの数字といえる。

POPの書体は丸味があって ソフトなイメージが効果的

実際の価格設定では、2ケタ以上の数字が並ぶのが普通だが、その場合、端数には同じ数字を続けると訴求力が強まる。したがって例えば87円よりは、1円高くてもむしろ88円のほうが効果的といえるだろう。

数字の持つイメージはPOPにも応用できる。「8」「6」など偶数で丸味のある柔らかいイメージが好まれるわけだから、POP等では丸味があってソフトな印象を与える書体を使ったほうがいい。価格設定や価格表示には、数字の持つイメージをうまく使えば、売上のアップにもつながってくるはず。

数字が持つ一般的なイメージ

- 1 単純・すっきり・完全・きりがよい
- 2 単純・やわらか
- 3 すっきり・明るい
- 4 縁起が悪い・苦しい・地味
- 5 明るい・完全・安定・すっきり
- 6 明るい・温和
- 7 幸運・縁起が良い・かたい・派手
- 8 広がり・やわらかい・楽しい
- 9 縁起が悪い・半端・不安定・不完全
- 10 キリがよい・パーフェクト・満足

	物が売れやすい数字	8・6・9
	物が売れやすくも売れにくくもない中間的な数字	5・0
×	物が売れにくい数字	1・2・3 4・7

「良い品を安く」か「安くて良い品」か？

「良い品を安く」・・・77.5%

「安くて良い品」・・・22.5%

訴える内容は同じでもコピーの順序が入れ替わるだけで、効果が違って来る。コピーとの相乗効果で数字の持つイメージを最大限に発揮しよう。

(出典：銀行冊子)

● インターネット接続サービス

● ホームページ作成&管理サービス

お問い合わせは 白川 OA / 加藤・奥村 TEL : 0574-74-0013 / E-mail : soasys@poplar.ocn.ne.jp

なんでだろう (たてとよこ)

切符も缶ジュースも自動販売機に硬貨を入れて購入します。でも、この硬貨投入口、切符を買う自動販売機の投入口は「縦」、缶ジュースを買う自動販売機の投入口は「横」。なんでだろう。
(出典：中経)

肥満 (隠れ肥満)

肥満は、生活習慣病の大敵といわれる。実際、高血圧症にしろ高脂血症にしろ、それぞれにプラス肥満の要因が加われば、さらなる重篤な病気の発症リスクはぐんと高くなる。

肥満と隠れ肥満はどう違うのか。肥満というのは体格や見かけが太っていることを意味するが、隠れ肥満とは外見からではわからないもので、内臓周辺に余分な脂肪が貯まった状態を指す。隠れ肥満を「内臓脂肪」、見かけ肥満を「皮下脂肪」と言い換えることもできる。この隠れ肥満のほうが曲者で、生活習慣病にかかわるのはこちらである。

これまでは、肥満の程度を見る際、下記BMI(Body Mass Index)を使うことが多かった。算出される指標の平均を22とし、それ以上は肥満、以下なら痩せすぎと判断する。

$$\text{体重} \div \text{身長(m)} \div \text{身長(m)} = 22$$

(先月号で紹介しました)

これは見かけの肥満をみているだけで、肝心な隠れ肥満はわからない。そこで、簡単に隠れ肥満度を判定する下記方法を研究した。

$$\text{ウエスト} \div \text{身長} > 0.5 = \text{隠れ肥満}$$

アメリカに行くと、肥満にも民族性があるのをつくづく感じる。アメリカ人の太り方は並みではない。彼らの食生活も信じがたい。何しろ朝からドーナツにコーラでも平気、ランチも動物性脂肪たっぷりのメニューである。その量も半端じゃない。日本の肥満など可愛いものだと思ってしまう。

肥満度を指標で判定するのもひとつの方法だが、体重の増減に注目する考え方もある。もともと痩せ型とかぽっちゃり型とか、人それぞれの体型といったものがある。それが短期間に大きく変動した場合を危険信号とみなす。この考え方は体重という値の経時的変化を見ていることになるから、単発的に測定した指標よりも説得力がある。

一方で、肥満と生活習慣病の危険性ばかり強調すると、日本女性の異常なダイエット志向にますます拍車がかかるのではないかとの不安も生じる。つきつめれば、バランスのよい食事と摂ったうえで、その人が一番心地よい体重や肥満指数がどれくらいなのか、という「主観的個別的な指標」が一番信頼できる気がする。
(出典：中経)

子供達の夢

男子

学者・博士
サッカー選手
野球選手
食べ物屋
大工

女子

食べ物屋
看護婦(看護師)
保母(保育士)
花屋
飼育係・ペット屋

大人になったらなりたい職業アンケートより

I HOPE YOUR DREAM
WILL COME TRUE

(出典：日刊工業新聞/朝日新聞)

10年前は

公務員(国家・地方)
プロスポーツ選手
医師
教師
会社員
パイロット
自営業
エンジニア
建築家・建築士
弁護士

現在は

公務員(国家・地方)
スポーツ選手
医師
職人(大工など)
会社員
エンジニア
教師(幼稚園含む)
消防士
パイロット
学者・大学教授

親が望む子供の職業の変化

NEC FUJITSU IBM Apple

岐阜県商工会連合会推薦

白川町商工会推薦 ケイリマン販売指定店
白川町青色申告会推薦 N T T 取次店

MA 有限会社 白川オフィスオートメーション
〒509-1105

岐阜県加茂郡白川町河岐1738番地 ホワイトベル2F
TEL: 0574-74-0013 / FAX: 0574-72-2008
E-Mail: soasys@poplar.ocn.ne.jp