

We⁺

センドグループ社内報

2025 | vol.10

Oct.

10

Pickup Project

PR team

Special feature

D2C Consulting Group①

Business partner introduction

ROHTO Pharmaceutical.co.,ltd.

2025

October

Vol. 10



» Table of Contents

01

スペシャルインタビュー

・D2Cコンサルティンググループ① 01

02

クライアント事例

・ロート製菓株式会社 様 07

03

目指している姿

・パーパス、VMV、行動指針 08
・中期経営計画 11

04

注目の取り組み

・D2Cコンサルティンググループ② 12
・横串プロジェクト 13
・ポート株式会社 14
・OFFICIAL グッツク 15
・cinque 16

05

プロジェクトインタビュー

・PRチーム 17

06

イベントレポート

・社員旅行2025 in 沖縄 18

07

センドグループ流行語大賞

・ノミネートワードの発表 19

08

教えて！大坪ママ

・お悩み相談コーナー 20

09

センドグループリレー

・彩世さんのおすすめをご紹介 21

10

第10号記念コーナー

・社内報クイズ 22

SPECIAL スペシャルインタビュー INTERVIEW

社内で行われているさまざまなプロジェクトや取り組みを紹介する「スペシャルインタビュー」企画。

第10回目となるスペシャルインタビュー！

今回は、「D2Cコンサルティンググループ①（通称：D2C①グループ）」についてを深掘りしました。

～テーマ～

D2Cコンサルティンググループ①

合宿から始まる自走するチームへ



メンバー紹介

今回のスペシャルインタビューに参加されたメンバーをご紹介します。

インタビュアー



大坪 康之
(通称：つば)
人財育成担当

撮影



肥山 亜弓
(通称：ヤマビ)
広報担当

インタビュー参加メンバー



松嶋 伸悟 (通称：しんごさん)
グループディレクター



廣田 圭司 (通称：けいじさん)
運用コンサルタント



日高 香葉絵 (通称：えもん)
コンサルタント



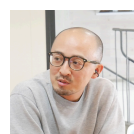
織田 真帆 (通称：おだちゃん)
運用コンサルタント



伊藤 美波 (通称：ちゃんみな)
運用コンサルタント



西村 直美 (通称：なおみさん)
アシスタント



益田 啓光 (通称：ますださん)
コンサルタント
※横串プロジェクトと兼務

肥山 今回、第10回目となる社内報のスペシャルインタビューでは、D2Cコンサルティンググループ①（通称…D2C①グループ）の皆さんにお話を伺いました。

D2C①グループは、特にチームワークの高さで注目されているグループです。

本日のファシリテーターは大坪さん。

それでは、どうぞよろしくお願いいたします。



大坪 さっそくですが、D2C①グループの掲げている目標について、グループ長の伸悟さんから教えてくださいいただけますか？

— D2C①グループについて —

Q. D2C①グループの掲げている目標について教えてください。

松嶋 D2C①グループの定性目標については、合宿を通じてチーム全員で決定しました。

- **顧客売上の向上**…チーム全員で挑戦し、顧客の売上を伸ばした「理由」を明確に持てている状態。

- **ワークライフバランス**…仕事を楽しみながら取り組み、平均して定時に退勤できる状態を目指す。

大坪 ありがとうございます！合宿を通じて全員で定性目標を決めたという点が素晴らしいですね。

では次に、グループ全体の目標を達成するために、個々人が担っているミッションや目標について教えてくださいいただけますか？

Q. 個人のミッションや目標を教えてください。

伊藤 私のミッションは、メンバーが仕事の中で感じる不安やモヤモヤ、悩みを吸い上げることです。

大きな悩みだけでなく、小さなものも早期に解決できる状態を目指しています。

具体的なアクションとして「MOY A T T O（モヤット）」というツールを開発メンバーに依頼して制作していただきました。これを活用し、現在までに約24件の悩みが集まっています。

大坪 すごくですね！例えばどんな悩みがありますか？

益田 「『NO残業デー』という言い方は前向きじゃないよね？」といったモヤモヤが出てきましたね。（笑）

大坪 なるほど。ちょっとした疑問を気軽に表現できる場にもなっているんですね。

それでは、次に日高さんお願いします。

日高 私のミッションは、グループ内の業務時間を最適化し、限られたリソースで最大限のインパクトを出すことです。

加えて、個人的に掲げているのがグループの粗利への貢献。フロントメンバーが少ないグループなので、数値目標の達成に向けてフロントとして引っ張っていく責任を担っています。

大坪 ありがとうございます。日高さんの成長をととても感じています！頼もしいですね。

続いて、伸悟さんお願いします。

松嶋 私はグループリーダーとして、数値目標の達成に責任を持ちつつ、各メンバーの役割やミッションが円滑に進むようサポートしています。

大坪 その他に意識されていることはありますか？

松嶋 意識しているのはメンバーの成長支援。壁打ち相手として1on1を行うなど、一人ひとりの挑戦を後押ししています。

大坪 ありがとうございます！

次に、益田さんお願いします。



益田 私はフロントとして案件の数値管理を担うほか、横串プロジェクトにも参加しています。そのため、チーム内外をつなぐ「橋渡し役」のような存在です。

モヤモヤやコスト計測の結果を全体に共有し、無駄をなくすことでグループに貢献したいと考えています。

大坪 兼務で寂しい思いはしてないですか？（笑）

益田 全然大丈夫です！（笑）

大坪 よかったです！

次は、圭司さんお願いします。

廣田 私はメンバーのスキルアップ推進を担当しています。各メンバーがどんなスキルを身につける必要があるのかを策定して進行しています。

現在は、必要なスキルの策定まで完了しており、今後は習得フェーズへと進めていく予定です。

大坪 まるでコーチのような役割ですね！

廣田 それでいうと、わかりません。（笑）

全員 爆笑

廣田 コーチというより、全員が進めているかの進行管理的な役割です。

大坪 ありがとうございます！
続いて、織田ちゃんお願いします。

織田 以前は「顧客理解」を担当していました。グループミーティングを経て、現在は「顧客戦略」へとミッションを拡張しました。他グループとも連携しながら、顧客カルテの作成を進めています。

大坪 確かに織田さんは、連携しながら進めている印象があります。実際にやってみてどうですか？

織田 他グループと連携することで、全社的に必要な情報が集まりやすくなっていると感じます。



大坪 続いて、直美さんお願いします。

西村 私は他のメンバーと業務形態が異なるため明確なミッションは持っていませんが、オペレーション業務の知識を活かし、メンバーの負担を軽減するよう心がけています。

また、広告運用担当としてPDCAサイクルを回し、成果を最大化することでグループに貢献できるよう学びを深めています。

大坪 直美さんはグループを大きく支える存在だと思います！

次の質問はこちらです。

D2C①グループはどのような特徴をもったグループでしょうか？

Q. D2C①グループはどのような特徴をもったグループだと思いますか？

大坪 この質問は、まず圭司さんに伺います。

廣田 D2C①グループの特徴は、個人で解決できない課題をチーム内で共有し、解決策を導き出す点だと思います。アクションの割り振りを伸悟さんが行ってくれるだけでなく、メンバーからも「やります！」と自主的に手を挙げる雰囲気があります。

大坪 そうした雰囲気はどのようにして生まれているのでしょうか？

廣田 伸悟さんやえもんの、明るくワイワイした雰囲気グループ全体に広がっているからだと思います。

大坪 いいですね！織田さんはどう思いますか？

織田 心理的安全性が高く、案件の相談がしやすいことが特徴だと感じています。グループ全体で案件に取り組む考え方が根付いていて、皆で考える時間があるため、とても相談しやすいです。



大坪 直美さんはいかがですか？

西村 誰でも話しやすい雰囲気があり、ピリピリした感じが全くありません。心理的安全性が高いため、思ったことを気軽に言え、新しいアイデアも生まれやすい環境です。

さらに、困っている人がいれば皆で助け合い、知っていることを惜しみなく共有する文化があります。私は最高のチームだと思います！

大坪 ありがとうございます。では、益田さんは？

益田 社歴の浅いメンバーの意見がしっかり反映されるのも、このグループの特徴だと思います。意見が通りやすいからこそ、メンバーも積極的に発言しやすくなり、良い循環が生まれていると感じます。

大坪 なるほど。グループの雰囲気がいいからこそ、若手も含めて誰もが意見を言いやすい。積極的に声を上げられる環境が整っている素敵なグループですね。

それでは、次の質問に移りましょう。

メンバーのリアルな声

Q.

ビジネスユニット制になり、以前（セクション別組織）とどのような違いを感じていますか？

大坪 こちらの質問は、まず伊藤さんをお願いします。

伊藤 私は以前、メディアグループに所属していました。その頃は各自が担当案件に集中しがちで、ミーティング以外の会話はあまり多くなかったと思います。

一方、ビジネスユニット制になってからは「チーム感」が格段に強まりました。皆が同じ目標に向かって助け合い、相談し合う機会が増えたと感じています。

大坪 ありがとうございます。そのメディアグループでリーダーを務めていた圭司さんはどうですか？

廣田 以前は同じ職種同士の仲間だけで構成されていましたが、今は職種に加えて「共通の顧客」を持つ仲間が同じチームにいるので、一緒に過ごす時間や関わりが増えました。その結果、顧客により深く向き合いやすくなったと思います。

大坪 日高さんはどうでしょう？

日高 以前は個人の目標達成を意識する傾向が強かったですが、今は「顧客貢献」と「チーム全体の粗利向上」が目的になり、案件への取り組み意識が大きく変わりました。

大坪 その変化はいつ頃から感じられましたか？

伊藤 合宿の影響が大きいのと思います。みんなで会話してゴールを決めた経験を通じて、チームとしての一体感を実感しました。

大坪 なるほど、合宿の成果ですね。仲間さんはいかがですか？

松嶋 特に、全員で同じ顧客案件を担当したことが大きな変化でした。チーム全体で会話する機会が増え、以前は担当者同士で完結していた取り組みが、グループ全体に広がりました。その結果、課題解決に向けた協力がより深まったと感じています。



日高 私も合宿で「同じ目線」に立てたことが大きかったです。松嶋さんに「助けてください」と言えたのも良い経験でしたし、圭司さんが積極的（グイグイ）に関わってくれたことで、こちらからもリクエストを出しやすくなりました。極めつけは先日のグループミーティングですね。全員で意見交換でき、細かい相談ができたことで、モヤモヤが解消される感覚がありました。

大坪 それは嬉しいですね！圭司さんの「グイグイモード」には何かきっかけがあったんですか？

廣田 松嶋さんの積極的な働きかけに影響を受けた部分が大きいですね。さらに合宿を経て、案件に入りやすくなったことも後押しになりました。

大坪 織田さんはどう感じていますか？

織田 私も合宿で、自分たちの言葉で目標を作り上げた経験が大きかったです。その経験が「自分はチームの一員だ」という意識を高めてくれました。

大坪 直美さんはいかがですか？

西村 以前は広範囲のメディア業務に携わっていましたが、グループ制になってからは業務がよりフォーカスされました。その結果、チームの一体感を強く感じるようになりました。



大坪 伸悟さんニコニコですね！（笑）
ありがとうございます！

続いている質問で、メンバーの「ここがすごい！」と思った瞬間を教えてください。

Q. メンバーの「ここがすごいな」と思った瞬間は？

日高 私は、ちゃんみながすごいと思っています。合宿で「顧客の売上を伸ばした、その理由を明確に持ちたいです」と発言していて、とても感銘を受けました。

この一言がグループの定性目標の一つとなり、若手メンバーの意見に耳を傾け、成長を後押しするグループにしたいと思うきっかけになりました。

大坪 いいですね！どんどん聞いていきましよう。

伊藤 私は、えもんさんです。グループミーティングでの具体的な質問が、自分にはない視点ばかりで、とても勉強になっています。

毎回その質問がきっかけで課題が明確になり、チーム全体の成長につながっていると思います。

大坪 先輩から学べるのは大きいですね！

織田 私もうえもんさんです。直近のグループミーティングを企画してくれたのですが、案件の相談からチーム全体への展開、さらに具体的なアクションへの落とし込みまで、周囲を巻き込みながら進めてくれました。

その行動が、チームの一体感や行動の変化に大きくつながったと思います。

西村 私もうえもんさんはすごいと感じています。えもんさんは常に周囲に気を配り、献身的な姿勢に感じします。業務を抱え込みがちな一面もあります。チーム全体でサポートしていきたいと思っています。実際、松嶋さんが「仕事を渡して欲しい」と促す場面もありました。

廣田 伸悟さんともんは、言いにくいことも含めて、必要なことをストレートに伝えられるのがすごいと思います。

松嶋 特定の誰かというよりも、グループ全員が非常に強いサポート姿勢を持っているのが素晴らしい点です。困っているメンバーがいれば、チャットなどでも積極的に助けに入っていますね。

大坪 ありがとうございます！皆さんのお話を聞いていると、本当にチーム力が強く、支え合いの文化が根付いているグループだと感じます。

それでは、最後の質問に移りましょう。

—— 今後の展望に関する質問 ——

Q. グループの未来像について教えてください。

大坪 最後の質問は、グループディレクターの伸悟さんをお願いします。

松嶋 理想的な未来像は「自走するチーム」です。

自走するチームとは、メンバー自身で目標を立て、やるべきことを設定し、実行し、問題があれば自分たちで解決する。そして得られた学びを再びチームに取り込み、新たな挑戦へとつなげていく。そんなサイクルを自発的に繰り返すチームを目指しています。

現在も、その動きができつつあると感じていますので、まずは掲げた目標を確実に達成したいと思っています。そのうえで、自分たちで設定した目標を達成する経験を重ねて自信をつけ、さらに高い目標に挑戦し続ける。常に成長を目指すチームへ発展させたいと考えています。

大坪 ありがとうございます！本日のインタビューは以上となります。

本当に素敵なグループですね。今後の成長がますます楽しみです！

—— インタビューを終えて ——

肥山 この度は、インタビューにご協力いただき、本当にありがとうございます。

今回のスペシャルインタビューを通じて、D2C①グループは高い心理的安全性と強い協力体制を兼ね備え、自立的な成長を目指す魅力的なチームであることが改めて知ることができました。

今後も皆さんの活躍に大いに期待しています！

次回の第11回スペシャルインタビューも開催予定です。引き続きのご協力をよろしくお願いいたします。



ご協力
ありがとうございました！

Thank
you!

クライアント事例紹介 もっと知りたい！

Rohto

センドのクライアントを紹介するコーナー「クライアント事例紹介」。
今回は「ロート製薬株式会社様」をご紹介します。
担当メンバーである、松嶋さんにお話を伺いました！



担当コンサルタント
松嶋さん

ロート製薬様の
担当メンバー！

ロート製薬株式会社様

ロート製薬株式会社は、大阪に本社を置く日本の大手製薬会社で、1899年の創業以来120年以上の歴史を持ちます。
主力の目薬「ロート目薬」シリーズは高いシェアを誇り、胃腸薬「パンシロン」、スキンケアブランド「メンソレータム」「肌ラボ」「オバジ」など、医薬品から化粧品・健康食品まで幅広い事業を展開しています。

取引のきっかけ

パートナー企業様からのご紹介がきっかけで、ロート製薬様をご支援することになりました。当時、ロート製薬様は「店舗とWEBを連動させた顧客管理（CRM）を進めたい」とお考えで、その実現に向けて弊社をご紹介いただいた形です。

取引開始時の状況

開始当初はコロナ禍で百貨店への来店客数が減り、売上が落ち込んでいました。そこで、オンラインでも接客ができるよう、会員制サイトを立ち上げました。同時に、オンラインと店舗の両面で顧客接点を設計し、戦略立案から実行まで伴走してくれるパートナーを探していました。

掲げていた目標

プロジェクト開始にあたり、まず半年間のスケジュールを立てました。目指す方向性としては「オンライン上でCRMの仕組みを構築し、顧客満足度を高めること」を定性目標に設定しました。
さらに、数値目標として LTV（顧客生涯価値）を向上させることを掲げました。

提供したソリューション

まず事業や商品の内容を丁寧にヒアリングし、顧客データや売上データを分析して販売傾向を把握しました。その上で、プロジェクトの目標をさらに具体化しました。
次に、KPI達成に向けた具体的なアクション（例：シナリオ配信の設計など）を明確化しました。詳細スケジュールに落とし込み、担当者と納期を設定しました。また定量的な観点でも、KPIや主要データを隔週で確認し、進捗に遅れや課題がないかをチーム全体で共有しています。



ロートは、ハートだ。

成果

開始から約1年でサポート領域の売上が17%アップ

2年目以降も順調に成長を続けています。
また、CRM基盤として整えた「メルマガやLINEを活用した顧客接点の仕組み」や、継続的にPDCAを回す運用スタイルもロート製薬様の内部に定着してきたと感じています。

成果に繋がった一番のポイント

一番のポイントは「数値で判断したこと」です。
メルマガのクリック率や購入数など、主要な施策の数値を追いつけました。
目標から外れた際は「なぜ減ったのか」を徹底的に深掘り。原因を分析し、数値をもとに施策を組み立てたことで、無駄のないアクションに繋がられました。

ロート製薬担当者の方のコメント

「また、必要なアクションをきちんと実行してくれるところも心強いです。私たちだけではどうしても後回しになりがちなこと、センドさんがフォローやリマインドをしてくれるおかげで、着実に前に進めることができています。
センドさんは、数字をもとにしっかりと課題を分析し、的確な解決策を提案してくれるのでとても助かっています。」

担当の方からこのようなことを言っていたことが嬉しかったです。

未来への意気込み

これまで約2年間、店舗領域のCRMサポートをさせていただいていましたが、今年の4月からはD2C領域のCRM支援も担当させていただきます。
今年度は、D2C領域でのCRM基盤をしっかり構築し、顧客満足度の向上と、それに伴う売上拡大を実現していきたいと考えています。
また、ロート製薬様では複数のブランドを展開されているので、今後は他のブランドのCRM支援にも関わられたらと個人的には考えております！

目指している姿

このコンテンツでは、センドグループが目指している姿、その進捗についてお伝えいたします。

センドグループ株式会社の企業理念

※★マークは各社共通です。

★パーパス（＝存在理由・ありたい姿）

“真の満足感”を得られる会社にする

私たちは「仕事のやりがい」「受け取る報酬」「仲間との関係」これら全てに満足感を得られる会社を目指します
そして、クライアント企業様、パートナー企業様、センドの事業活動を支援してくれるすべての皆さまのwinを実現します

★ビジョン（＝目指す姿）

地域共創を先導する存在になる

自分たちの活動は、すべて地域を盛り上げる為に行います

センドグループのミッション（＝提供価値）

人と事業を創る

不確実性の高い社会で、社会に価値を提供する手段を限定せずに、新たな事業にチャレンジし続けます
そして、それを先導する人財を育成していきます。私たちは、人の可能性を信じています

センドのミッション（＝提供価値）

鮮度のいいヒト・モノ・コトを適切な場所に届ける

私たちは、WEBの力を最大限に活用して、地域の資源を全国、世界に広げるための仕掛けを地域に提供いたします

ポートのミッション（＝提供価値）

クリエイティビティで価値を創出する

生活者、顧客、地域の課題に対し、柔軟な発想と多様な手段で解決策を生み出し、新たな価値を提供します

★バリュー（＝共通価値観）

一生青春 まず自分達が楽しむ

私たちは、困難な問題に直面しても常に未来の可能性を信じます
青春時代のワクワクを忘れずに、今と未来の自分たちを楽しみながら、成功を追いかけます

目指している姿

このコンテンツでは、センドグループが目指している姿、その進捗についてお伝えいたします。

存在理由・VMV・行動指針の関係性

複雑になりがちなパーパス・VMV・行動指針ですが、下図のように理解してください。
センドグループがとても大切にしている想いなので、ぜひ覚えてくださいね！

存在する理由

センドグループ PURPOSE

真の満足感を得られる会社にする

頂上でみたい景色=不変的なもの・ありたい姿

社会に提供する価値

センドグループ VISION

地域共創を先導する存在になる

たどり着いた時に社会にどうみられたいか？
つまり外から見た価値=変化する可能性もある

VISIONを実現するビジネスの手段

センドグループ MISSION

人と事業を創る

センド MISSION

**鮮度のいいヒト・モノ・コトを
適切な場所に届ける**

ポート MISSION

クリエイティビティで価値を創出する

頂上に辿り着くために選んだ道=変化する可能性もある

どんなチームで目指すのか

センドグループ VALUE

一生青春 まず自分達が楽しむ

私たちが大切にしている個性、価値観=不変的なもの

チームメンバーが大切にしたいルール

行動指針（クレド）

チームで活動する上で、チームのメンバーが
当たり前のように持ちたい意識=不変的なもの



目指している姿

このコンテンツでは、センドグループが目指している姿、その進捗についてお伝えいたします。

行動指針（クレド）

センドグループの行動指針とは、メンバーが意識したい具体的な行動を明文化したものです。日々の行いが適切な行動かどうかを判断する基準となるものです。

現状に疑問を持つ

今は高い目標のための通過点であり、発展途上。
今をよりよくするためにできることはないか？を常に考える。

できない理由を探すより、できる方法を考える

経験が増えたとリスクが見える。できない理由を探すのがうまくなる。
でもそれでは、何もできなくなる。できる方法は、考えれば必ず見つかる。

まず一步踏み出す

一步目を踏み出せば、沢山の情報が入ってくる。良いも悪いも結果が出る。
結果が出れば、改善できる。そのためにも、一步目を踏み出す勇気を持つ。

本質的課題を捉える

表面的な課題解決では同じことが必ずまた起きる。対処療法で終わる。
起きている事象の、根源的な課題は何か？を常に考える。

仲間を大切に遊び心

隣の仲間を大切に。隣の仲間が笑顔になるサポートをする。
困難な壁でも、辛い時でも、心に常に遊び心を。

心は熱くあれ

照れ屋でもいい。人見知りでもいい。人前で話すのが苦手でもいい。
でも、心は熱く、自分の可能性を信じる。諦めない。

本音でよくない？コミュニケーション

言いづらいこともある。でも、本音の方が伝わる。本音でいい。
配慮は必要だけど、遠慮はいらない。
そして周りもちゃんと受け止める。それがプロフェッショナル。それが仲間。

第三次中期経営計画の進捗

中期経営計画（＝短期的な実行戦略）

中期経営計画とは、ビジネスゴールを達成しその先にある実現したい会社像に近づくために、主に三カ年の重点取組事項を定めたものです。現在、10期より第三次中期経営計画に突入しました。

第三次中期経営計画のゴール

人財面、収益面の両面において 変化に強く継続性の高い会社作り

引き続き第三次中期経営計画でも定めています。

社会変化が激しい中でも、環境に左右されずに安定して成長できる会社になるということは、真の満足感を得るためには必要不可欠と考えています。

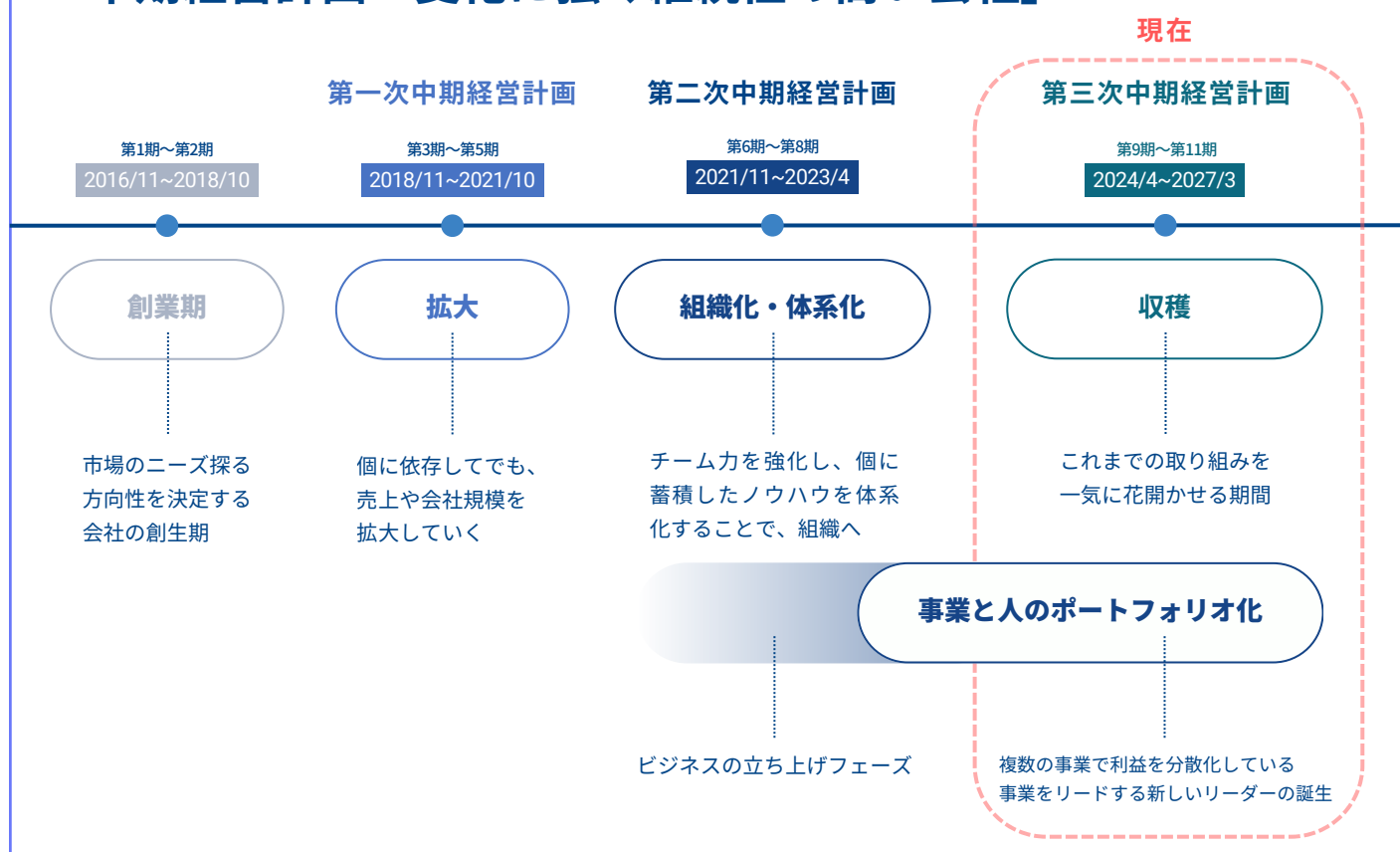
第一次中期経営計画では、会社の規模「拡大」をコンセプトにしてきました。

第二次中期経営計画では、拡大した事業を安定できる様に「標準化・体系化」がコンセプトでした。

第三次中期経営計画のコンセプトは「収穫」

収穫とは、もっと力をつけて欲しいものを手にする期間にする。という意味が込められています。

中期経営計画「変化に強く継続性の高い会社」へ



Good Effort!!

センド株式会社

D2Cコンサルティンググループ②の進捗レポート

No.1

このページでは、センド株式会社「D2Cコンサルティンググループ②」の最近の進捗をお届けします。
リーダーの齋藤さんにインタビューしましたので、その内容をご紹介します！

D2Cコンサルティンググループ②について

▶ グループメンバーの紹介

齋藤さん（グループディレクター）、小野さん、渡辺さん、渡邊さん、
水上さん、濱崎さん

▶ グループ目標（定性）

「自分たちも顧客もテンションぶち上げでwin-win-win」



朝礼の様子

Q. 今、特に力を入れている取り組みは何ですか？

上期は「工数0を生み出す」を掲げ、業務効率化による生産性向上に特に注力していました。
様々な角度から自分たちの業務を洗い出し、分解して自動化・AI・交渉・相談など解決の見立てを作り削減していきました。
実際にグループ全体で40時間以上の削減ができています。

Q. 上記の取り組みを始めたきっかけや背景は何ですか？

生産性の向上が顧客への価値提供に直結するからです。私たちが無駄な工数に時間をかけていると本当に価値のある仕事にかかる時間が減ってしまい、自分たちも顧客も不幸です。下期の注力領域として「新しい施策を生み出す」を掲げていますが、「工数0」により削減できた時間を新しいチャレンジに充て、成功事例を生み出すことでよりセンドが提供する価値を高めていきたいと考えています。

Q. 具体的にどのようなアクションや工夫をしていますか？

削減項目の洗い出し方には工夫が必要でした。そもそも無駄な仕事を好んで行う人はいません。全員、自分なりに効率化しながら仕事を行っているため、「無駄なことは何か？」という問いだとアイデアはあまり出てきません。「テンションの上がらない業務は何か？」「1時間以上かかる仕事は何か？」など質問を変え、自分なりに効率化している仕事でも場に出し、分解することで効率化の糸口を見つけていきました。

Q. 取り組みを通じて、グループやチームとしてどんな成長や変化を感じていますか？

それぞれが持っている効率化のための手段がシェアされたことで、各々の効率化のレベルが上がったと感じています。
例えば顧客への報告で、膨大な量のレポートを作成していたとします。目的は何か？顧客の期待は何か？をシャープに叶えながら、より作成時間の短い代替案を提示することで顧客も要点の把握がシンプルになり、我々も資料作成の時間を価値の向上に充てることができます。今まで変更できない聖域だと思っていた部分も、実際の改善例を知ることによって他の仕事で「この仕事は最適なのか？」と疑問を持てるようになります。チームの知見が個々人に波及し、相乗効果を生んでいると実感しています。

Good Effort!!

センドグループ株式会社

横串プロジェクトの進捗レポート

No.2

このページでは、センドグループ株式会社「横串プロジェクト」の最近の進捗をお届けします。
リーダーの大坪さんにインタビューしましたので、その内容をご紹介します！

横串プロジェクトについて

▶ グループメンバーの紹介

大坪さん（リーダー）、益田さん、花野さん、大田さん、ケビン コンザック さん

▶ グループ目標（定性）

「組織変革による本質的な生産性向上」
限定的に生産性が向上するのではなく、提供サービスの質が向上し続け、
工数が削減され続ける仕組みや風土があり、人と事業が成長し続けられる状態

Q. 今、特に力を入れている取り組みは何ですか？

ナレッジマネジメントと業務効率化です。

Q. 上記の取り組みを始めたきっかけや背景は何ですか？

横串プロジェクトの大目的「本質的な生産性向上」を達成するためです。実はこの"本質的な"の部分に意味やメッセージが強く込められています。例えば、生産性を高める方法は無限といっているくらいにあると思いますが、"本質的に"となると絞られますよね？ただ、本質的に生産性を高めるとなると難易度は格段に上がるんです。生産性を高めつつ、それが継続的にこなわれる仕組みを作る。この両輪が必要です。簡単なことじゃないことだとしても、センドグループが目指す組織になるために、なんとしても今構築すべきことだと考えています。

Q. 具体的にどのようなアクションや工夫をしていますか？

例えば生産性向上のアクション・施策を複数進めていく中で改善が生まれたとしたら、その改善が"本質的か"を見極める必要があります。なので「新しく生まれたアクションが一時的ではないか？」「その改善は一部分の改善になっていないか？」「構築した仕組みが浸透しているか？」など、普段の何気ない行動や発言で判断できるように、実はみなさんとのコミュニケーションを増やしてたりします。そうして得た情報を組み合わせ、仮説を立てて判断していますよーふふふ。

Q. 取り組みを通じて、グループやチームとしてどんな成長や変化を感じていますか？

理想の状態の話からスタートして現実を捉え直し、アクションを決めて進める。そのアクションで起きた目の前の改善の喜びを共有し、その先の理想をまた見つめて会話をします。その繰り返して、みんなの目線が揃ってきたと感じています！



横串プロジェクト開催の勉強会の様子

Good Effort!!

ポート株式会社の進捗レポート

No.3

こちらのページでは、ポート株式会社の進捗について、お伝えいたします。

ポートの10期ゴール

▶ 定性目標

センドグループでユニークな存在になるべく

**クリエイティブを入り口にして、
顧客の課題を解決する会社**

として収益化を目指します。

(東京の感性をクリエイティブを通じて地域に還元するハブになるため)



ポートの取り組み

ポート株式会社では、2025年よりクライアント向けに「マーケティングの基礎」をベースとした実践型プログラムの提供を開始しました。マーケティングの基礎知識から実践で使える思考法など、幅広いプログラムとなっております。

すでに約200名が受講されています。

今回はこちらのプログラムを社内に提供していただきました。
一部内容をご紹介します。

▶ マーケティングとは

企業が提供する価値と、お客様が求める価値をつなげ、
理解・共感してもらい、長く愛される関係を築くこと。



▶ マーケティングのフレームワーク

「WHY-WHAT-HOW」

🎯 WHY (目的：なぜか)

🔍 WHAT (何をするか)

🛠️ HOW (どう実現するか)



プログラムを受けているメンバーの様子

この順番で、“なぜ・何・どのように”のセットで考えると、選択の理由や優先順位などすべてに説明がつく状態になります。

さらに「WHY・WHAT・HOW」をそれぞれ分解し、具体的なマーケティングフレームワークに落とし込んでいきました。
なぜここまで分解する必要があるのかというと、「WHY・WHAT・HOW」だけで整理するのが意外と難しいためです。

WHY→3C分析 (なぜ? 背景・目的) マーケティング環境を把握するための基本的なフレームワーク

WHAT→STP (なにをやるか? 戦略・方針) マーケティング戦略を立てる際に広く使われている代表的なフレームワーク

HOW→4P/4C (どうやって実行する?) 企業視点で自社のマーケティング戦略の立案を行う際に活用されるフレームワーク

▶ プログラムに参加しての感想

改めてマーケティングの本質やフレームワークの活用について学びを深めることができました。フレームワークを使うことで思考が整理されますし、相手にもわかりやすく説明できると自信にも繋がります。

今後もクライアントの成果に貢献できるよう、継続して学びを積み重ねていきます。

Good Effort!!

センド株式会社 ネクスト収益事業

OFFICIAL グッツくの進捗レポート

No.5

センドでは、ポートフォリオを形成する収益事業の創出に向け、積極的にチャレンジを続けています。今回は、新規事業（ネクスト収益事業）の1つである「OFFICIAL グッツく」の進捗をご紹介します。

OFFICIAL グッツくについて

▶ 10期のゴール

26年1月までにマネタイズできている状況を作り、問い合わせメインでのシステム稼働をするための開発に着手する



【YouTube】Toru Golf TVとのコラボ

Q. 今、特に力を入れている取り組みは何ですか？

センドという会社や行っている事業、笠井という人間を知ってもらい、信頼に足ると思ってもらう活動。いわゆる外交ですね。これを何のためにやっているかという点、「OFFICIAL グッツく」を知ってもらい広げていくことで、リスクない新しい応援のカタチ、新しいファンサービスを広げていくためです。結果、喜んでもらえる人の総和が増え、事業として収益も立つ未来になります。

Q. 上記の取り組みを始めたきっかけや背景は何ですか？

まず「OFFICIAL グッツく」を広げていこうとしている業界がサービスを導入する上での決定打が、ベネフィットやメリットではなく、信頼できる会社か、信頼できる人物か、誰とつながりがあるか、誰から知られているか、損得勘定でこの場に来ている人物ではないか、ということはかなり重視する業界だと判断したため。

Q. 具体的にどのようなアクションや工夫をしていますか？

色んな人からの誘いの会合に参加する、おかげさまで〇〇ですと事あるごとに伝える、二次会があれば極力参加して方方と親交を深める、少しでも刺さったなとか興味持ってくれたなと思ったらその場でテレカンをセットするか翌日に連絡を入れてテレカンをセットする、何かにつけてプレゼンの機会をもらう、営業されることを断らない、すごい会社感すごい人感を出す（笑）、cinqueをプレゼントする、グッツくで作ったウェアを着て参加する、いっぱい飲む、自分のことを話さずヒアリングする、相手が知らなそうな情報を与える、全ての事業のプッシュの機会を伺いつつもがつつかず余裕を出す、直感で二つ返事する時は相手がピビっちゃうくらいのスピードで二つ返事をする、クールさとホットさのバランス、同じ会社が主催の会合前には前回の名刺を見返して再会した方は名前前で呼ぶようこころがける、などなどいっぱい心がけていることはあります。生粋のボランタタイプだなぁなんて思います。

Q. 取り組みを通じて、グループやチームとしてどんな成長や変化を感じていますか？

だいたい月に30~50人くらいの人に会うので（最近は被りも出てきますが）、グッツくに限らず、「いろんな面白いことをやっている会社」というセンドの認知度はかなり福岡に広がっていていると思います。中には「あのHONDAさんとコラボしているすごい会社」という誤った認知も増えてきていますが（笑）、あえて否定はしていません。あとは必然的に営業を受ける機会も増えたことで、仕事をお任せすることにはならなくても、「〇〇さんを紹介したい」と言ってもらって紹介を受けたりすることもあります。サービス導入していない人が、知人に「こんなサービスあるけど君のところにいいと思うよ」とグッツくを勝手に紹介してくれてるケースも出てきて、本当にありがたい限りです。

Good Effort!!

センドグループ株式会社 ネクスト収益事業

cinque（サンク）の進捗レポート

No.5

センドグループでは、ポートフォリオを形成する収益事業の創出に向け、積極的にチャレンジを続けています。今回は、新規事業（ネクスト収益事業）の1つである「cinque（サンク）」の進捗をご紹介します。

cinque（サンク）について

▶ cinqueメンバーの紹介

阪本さん（リーダー）、野中さん、沖田さん

▶ 10期のゴール

継続してくれる顧客のためにも「継続できる事業」になること

持続的に売上を創出できる仕組みを構築することで、事業の収益化と確実な事業化を実現します。

Q. 今、特に力を入れている取り組みは何ですか？

現在は、【LTVを上げること】にフォーカスして取り組んでいます。

Q. 上記の取り組みを始めたきっかけや背景は何ですか？

新規の購入件数が目標に到達できたため、利益に直結するLTVを上げることにフェーズアップできています。

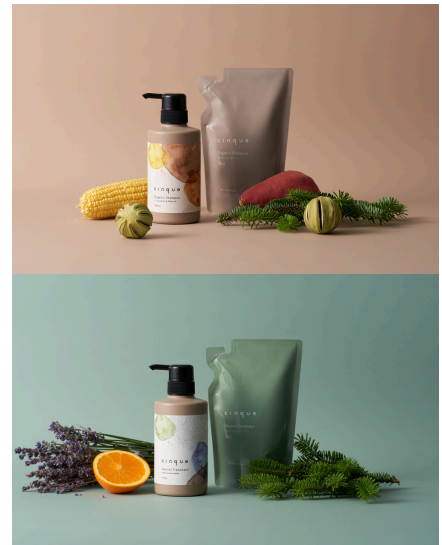
Q. 具体的にどのようなアクションや工夫をしていますか？

cinqueチームでは、各指標の改善を目的としたミッション（意思決定者）制を導入しています。

これは、メンバーがそれぞれ特定のミッションの意思決定者となり、その目標達成に向けた具体的なアクションを、チーム全体で検討するか、あるいは自律的に決定して実行するという仕組みです。この取り組みによって、一人ひとりが業務を「自分ごと」として捉え、責任感と主体性を持って業務に取り組んでいます。

Q. 取り組みを通じて、グループやチームとしてどんな成長や変化を感じていますか？

市場や競合の情報を自律的に収集し、アクションの実行後には自ら分析と改善策の立案を行うことで、チーム全体の進行スピードが加速しています。また、疑問点をそのままにせず、納得のいくまで徹底的に議論し合える関係性が築けているため、チームの共通認識が深まり、成長の大きな要因となっています。



詰め替えのデザインが新しくなりました！



SENDo Group



PR TEAM



プロジェクトインタビュー

今回は、センドグループの魅力を発信するPRチームにインタビューしました。
ファンを増やすために通常業務と兼務しながら活動してくれています！

プロジェクトの目的

PRチームの目的は、ゴールである「センドグループのファンを増やすこと」です。

そのために、センドグループの魅力を多くの人へ発信していきます。

発信を通じて、外部の方には「魅力的な会社だ」と感じていただき、メンバーには「自社を誇れる」「ここで働きやすい」と思ってもらえることを目指しています。

センド広報PRの歴史

センドの広報・PR活動は、実は創業間もない時期からスタートしています。

当時は、現在は人財育成担当の大坪さんが広報PRを担当されていました。

その頃は「サラダボウル福岡」という、福岡を中心に“おいしいもの”や“おすすめスポット”を楽しく発信する情報エンタメメディアを運営。さらにYouTubeチャンネルも立ち上げ、大坪さん自らYouTuberとして、魅力を発信していました。

チャンネル登録者数はなんと1,050人！（2025年8月現在）

- 2019年 「サラダボウル福岡」YouTubeチャンネルをスタート
- 2021年 PRチームが発足！（若手メンバー+大坪さんで結成）
- 2023年 広報担当が大坪さん → 肥山へバトンタッチ！



目指しているゴール

私たちPRチームの長期的な目標は、センドグループのファンを増やすことです。

その実現に向けて、10期の目標を次のように掲げています。

「2026年3月までに、魅力的なHPと充実したコンテンツでセンドグループの価値と魅力を伝え、SNS拡散を通じて、新規クライアントがセンドグループと働きたいと思ってもらう状態をつくる」
このゴールを目指し、日々の活動に取り組んでいます。

進捗状況

コンテンツ制作を進めるためにPRチームの中で3つのチームに分かれています。

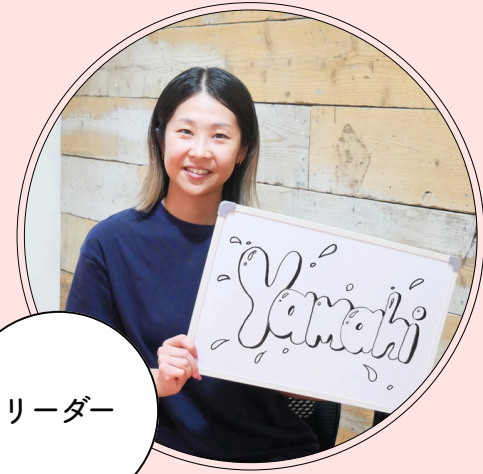
- YouTubeチーム：企画～撮影・編集を担当
- 実力発信チーム：センドの仕事の実績や強みを紹介
- SNSチーム：情報を広く拡散

現在は、各チームの考えた企画を発信するフェーズに突入！

多くの人に魅力を発信できるように、日々コンテンツ作りに奮闘しています。



メンバーのご紹介



リーダー

肥山 亜弓（社内通称：ヤマヒ）

工夫しているポイントやこだわり

常に情報に敏感であることを心がけています。特に 社内の動きやニュースをいち早くキャッチアップすることを大切にしています。例えば、勉強会が開催された際には、その様子を記事としてまとめ、すぐに発信。社内外の人にセンドグループらしさや学びの文化が伝わるようにしています。

学んだことや、嬉しかったこと

昨年、サイト経由での問い合わせをいただき、目標を達成することができました！広報PRの活動は、すぐに結果が出にくいことも多いですが、私たちの取り組みが実を結び、成果につながった瞬間は本当に嬉しかったです。

印象的なエピソード

毎年、PRチーム主催でクリスマス会を開催しています。みんなで企画し、全員で作りに上げていくイベントはいつもワクワク感に溢れていてとても印象に残っています！



YouTube
企画・編集

日高 香葉絵（社内通称：えもん）

工夫しているポイントやこだわり

なんの媒体が今流行ってるのか？他社はどのような広報活動をしているのか？とか、アンテナを立てるようにしてます📡

学んだことや、嬉しかったこと

やはり、目標としている問い合わせが来たことですかね！あとは、Youtubeショートでコメントが来た時👤💬

印象的なエピソード

印象的なのは、Youtubeの編集の大変さを実感したことです(´・`;)！慣れもあるとは思いますが、10分の動画作るのに何日もかかるくらい、編集って大変なんだと実感してます📺！



YouTube
企画・編集

水上 主税（社内通称：ちから）

工夫しているポイントやこだわり

メンバーのいい所や会社の雰囲気など、コーポレートサイトだけでは見えない部分を知ってもらえるように工夫しています。

学んだことや、嬉しかったこと

会社やメンバーにフォーカスしてイベントやコンテンツを考える面白さ！

印象的なエピソード

ドッキリ企画でみんなでラジオ体操をして驚かしたことです！（入社して初めて参加したドッキリ企画でした）

メンバーのご紹介



仕事の実力
企画・作成

織田真帆（社内通称：おだちゃん）

工夫しているポイントやこだわり

メンバーの魅力が社外の人へ伝わりやすいようにしたこと（文言とか）

学んだことや、嬉しかったこと

PRへのお声をいただいたときや、YouTubeにコメントをいただいたとき、目標を達成したときです！（サイト経由での問い合わせやフォロワー〇〇人突破など）

印象的なエピソード

2024年のクリスマス会 今まではラジオのリスナーサイドでしたが、みおちと一緒にラジオのアシスタントを務めさせていただいたことです！ラジオの裏側（タイムスケジュールや曲振り、音楽の切り替えなど）はすごく忙しかったですが、みおちんと大坪さんとゲストの方とすごく楽しむことができました！



SNS
企画・配信

伊藤 美波（社内通称：ちゃんみな）

工夫しているポイントやこだわり

トレンドを知ることです。SNSでどんな投稿が伸びているのか、話題なのかをアンテナをはっていち早くキャッチできるよう心掛けています。

学んだことや、嬉しかったこと

嬉しかったことはフォロワー数が増えることです。より多くの人に見てもらおうという点では実際の業務（広告運用）と近いところがあるのでトレンドやSNSのアルゴリズムを調べたりそれを実践してみたりしていることは実際の業務でも活かせる学びだなと感じています。

印象的なエピソード

PR経由で問い合わせが入りチームみんなでくす玉を割ったことです🎉

公式SNSのご紹介

＼ぜひ、公式SNSをチェックしてみてください！／



@SENDo_inc



@sendo.official



@sendo_channel



センドグループ
株式会社



@sendo_inc



EVENT REPORT

センドグループでは様々なイベントが開催されています。イベントごとに目的やテーマを決めて、仕事と同様にイベントも全力で取り組んでいます。メンバーの楽しんでいる様子をお届けいたします！



社員旅行実行委員会のメンバーの皆さん



可愛い旅のしおりまで準備♡

社員旅行2025 in 沖縄

開催日 2025年8月29~30日

センドグループ株式会社は、2025年8月29日～30日の2日間、社員旅行で沖縄に行きました。

今回のテーマは「みんなが主役、ぜんぶ青春！センド社員旅行2025～今年もどうぞご安全に！～」。

社員旅行実行委員会の皆さんの準備のおかげで、思い切り楽しめる旅となりました。

1日目は飛行機で那覇へ到着後、ホテルへ移動。ここでポートメンバーとも合流しました。

昼食には、沖縄そばやタコライスなど地元の味を堪能しました。とても美味しかったです！

午後はマリナクティビティや琉球ガラス制作体験で沖縄らしさを満喫。そして、夜は民謡居酒屋で沖縄料理を味わい、三線の音色に包まれながらゆったりと過ごしました♪

二次会ではクイズ大会やカラオケで大盛り上がりし、笑顔が絶えない時間となりました。

2日目は国際通りで買い物や食事を楽しみました。その後「おきなわワールド」へ。鍾乳洞「玉泉洞」の神秘的な景観やハブとマングースのショーを体験し、最後は全員でシーサーの色付けに挑戦。社員旅行ならではの一体感を味わうことができました！みんな真剣でとても楽しかったです！

あっという間の2日間でしたが、「一生青春。まず自分達が楽しむ。」というセンドグループのバリューを全員で体現できた旅となりました。

改めて準備を進めてくれた社員旅行実行委員会メンバーに感謝し、来年の旅行を楽しみに、日々の業務に励んでいきたいと思います！

〈運営：社員旅行実行委員会2025〉



サザンビーチホテル&リゾート沖縄



昼食にいただいた、沖縄そば



琉球ガラス制作体験中



マリナクティビティで楽しんでいます！



沖縄民謡の生演奏♪



全員でシーサーの色付け体験



神秘的な鍾乳洞「玉泉洞」



全員で記念撮影

company Trip in okinawa!



2025 センドグループ流行語大賞 ノミネートワード発表

センドグループでは、毎年「センドグループ流行語大賞」という表彰を行っています。
これは本家「新語・流行語大賞」のセンドグループ版で、社内で一年を通じて最も印象に残った発言やワードをメンバーから募集し、投票によってその年の流行語大賞が決まります。

この取り組みは、創業2期目から続くならでのカルチャーの一つです。
今回は、発表に向けてノミネートされたワードをご紹介します。

エントリー
No.1

「よしこ」

対象：出口さん

エピソード：よしこ。よしおでも可？



エントリー
No.2

「鼻息旋風」

対象：松嶋さん

エピソード：BU制になって松嶋さんの鼻息が荒くなっている。それはいいことなのだが、鼻毛がオフサイドしないか心配だ。あと、みんな鼻息を浴びたくはない。



エントリー
No.3

「say sun say！」

対象：日高さん

エピソード：語呂がいいよね～



エントリー
No.4

「最高の状態！」

対象：渡邊さん

エピソード：最高の状態の人にしか出せない言葉。多分最高の状態に達した人は自然とこの言葉があふれ出るんだと思います。



エントリー
No.5

「究極の状態」

対象：渡邊さん

エピソード：BU合宿のチェックインで、「この合宿がおわったときに隣の人がどうなっていたらいいか？」の問いで、渡邊さんの隣だった伊藤さんが、「最高の状態の上は？」とchatGPTに尋ねたところ返ってきた回答がこちら。



エントリー
No.6

「ほっとけない！」

対象：笠井さん

エピソード：これはほっといちゃダメだ！そんな気概が見られるみのもんた的フレーズ。



エントリー
No.7

「夢しかない！」

対象：笠井さん

エピソード：いつぞやの方針発表後のメの挨拶で生み出して以降多様している。センドの未来を表す言葉。アンケートコメントでも結構使われており、浸透定着という意味では他の追随を許さないとされている。



エントリー
No.8

「岐路」

対象：笠井さん

エピソード：これは流行るかもしれんな～



果たして、
今年の大賞に輝くのはどのワードでしょうか。
ぜひお楽しみに！

人気コンテンツ
「教えて！大坪ママ」連載中

%”センド

教えて！ 大坪ママ

第6弾



福岡の平尾3丁目にある「%”センド」
そこには人生経験豊富な大坪ママがいます。
大坪ママは、メンバーの相談になんでも乗ってくれます。
ちょっと辛口なのがクセになる！
復活した大坪ママのコンテンツを楽しみください！

相談①

早起き出来ません！早起きして三文の徳を得たいです！

(40代・男性)



あなた目標設定ってやったことある？仮にあなたにとって朝6時が早起きなら、「朝6時に起きる」が目標ね。わかる？あなたはそんな目標も達成できない人かしら？違うわよね？
ということは、あなたは早起きを目標にしてないの。あなたが本当に早く起きたくて、それを目標に設定して、死ぬほどアラームかけたら起きるでしょ？それだけよっ！あたしはこの前4時44分に起きて震えたわ。三文の徳どころか四並びの恐怖よ！しなれば〜

相談②

ちゃんとそれなりのお給金いただいているのに、月末いつも数百円しか残りません(´-`;)
どうやったらお金って貯まりますか？

(20代・女性)



あなたがお金を貯めたい動機は何？いつまでにいくら貯めて、そのお金で何をしたいの？
とどのつまり、お金を貯めた先にある未来を描く想像力が必要っす。これまじっす。お金に対する価値観は人それぞれ。だけど人生に大きく影響する価値観。今からしっかり考えておきなさい！お金に振り回される人生とそうじゃない人生、どちらを豊かだと感じるかはあなた次第よ！ちなみにあたしは自分で自分を振り回す人生を選びました。ぶんぶん！

センドグループ リレー

聞いて！/
私のおすすめ

Vol. 10

センドグループリレーとは？

メンバーがおすすめのモノ・コトを紹介していく連載コーナーです。

今回紹介した人が次回のランナーを指名してもらいリレーのように繋いでいきます！

今回の彩世さんのおすすめは「ウルナタ」です。

Runner / Sayo Kasai



今回は、笠井 彩世さんです！

バトンを渡された、彩世さんのおすすめはこちら！

笠井 彩世とウルナタ

Curry & Life

ウルナタ

野間大池公園の近くにあるスパイスカレーが美味しいお店！店主さんがとても穏やか丁寧な接客で、心地いい空気が流れる店内です。車は店前に1台停められますが、大型車は近くのパーキングをご利用ください。でも、パーキング代払っても損はさせません！

📷@urunata_

おすすめポイント

初回はカレーが売切れてビリヤニを（オプションでカレーを+し）食べたのですが、副菜も最高に美味しくて、全てのバランスが絶妙でこれ作った人天才！と感動しました。次に訪れた時はラムカレーを。これまた美味すぎるー！！結果、全てが美味しいです！

お楽しみに ✨

彩世さんが次にバトンを渡すのは、佐山さんです！



新しいスポットや美味しいお店の開拓など、感度が高い佐山さんの今のオススめを教えてください！



Next / Sayama / Vol.11

Special Thanks
VOL. 10

おかげさまで社内報も第10号を迎えることができました。
ここまで続けられたのは、読んでくださる皆さまのおかげです。本当にありがとうございます！

社内報10号を記念して、最後はクイズコーナー。
あなたは何問解けるでしょうか？ぜひ挑戦してみてください！

QUESTION

No.1



難易度



社内報の表紙を、発行順に並び替えてください。



A



B



C



D

No.2



難易度



第4号で、グループインタビュー特集を組んだのは
どのグループでしょう？

No.3



難易度



野中さんがファシリテーターを務めたスペシャル
インタビューは、第何号に掲載されたでしょうか？

No.4



難易度



社内報のタイトル『We+』に込めたメッセージ。
“私たちに、センドグループの〇〇をプラスする”
の〇〇に入る言葉は何でしょう？

気になる答えは…次号の社内報で！ぜひチェックしてみてください。



Thank you

最後までご覧いただき、ありがとうございました。
今回もたくさんの方にご協力いただきました。
ご協力いただいた皆さま、本当にありがとうございました。
会社の魅力を改めて感じていただき、素敵な会社だと思っていただけると幸いです。
今後ともご協力よろしくお願いいたします。

編集長／肥山 亜弓
編集メンバー／堤 香織

【ご協力頂いた方々】

スペシャルインタビュー／D2Cコンサルティンググループ①の皆さん
（松嶋 伸悟・廣田 圭司・日高 香葉絵・織田 真帆・伊藤 美波・西村 直美・益田 啓光）
進行：大坪 康之
クライアント事例紹介／松嶋 伸悟・ロート製薬株式会社のご担当者様
注目の取り組み／齋藤 壮太・大坪 康之・中山 慎史・笠井 聡成・阪本 絢香
プロジェクトインタビュー／PRチームの皆さん
（肥山 亜弓・日高 香葉絵・織田 真帆・伊藤 美波・水上 主税）
イベントレポート／社員旅行実行委員会2025の皆さん
センドグループ流行語大賞／出口 佳子・松嶋 伸悟・日高 香葉絵・渡邊 丈起・笠井 聡成
教えて！大坪ママ／大坪 康之
センドグループリレー／笠井 彩世

【お問い合わせ】

センドグループ株式会社
福岡県福岡市中央区平尾3-17-10
092-791-6187
info@sendo-group.co.jp

We Are SENDo Group!!