

SBS

※SBSは、正文舎 (SyouBunSyuaの略です)



TOPICS

紙の実力を
発揮させる
デジタル印刷機!

正文舎のアレやコレ。

「株式会社 正文舎」A to Z

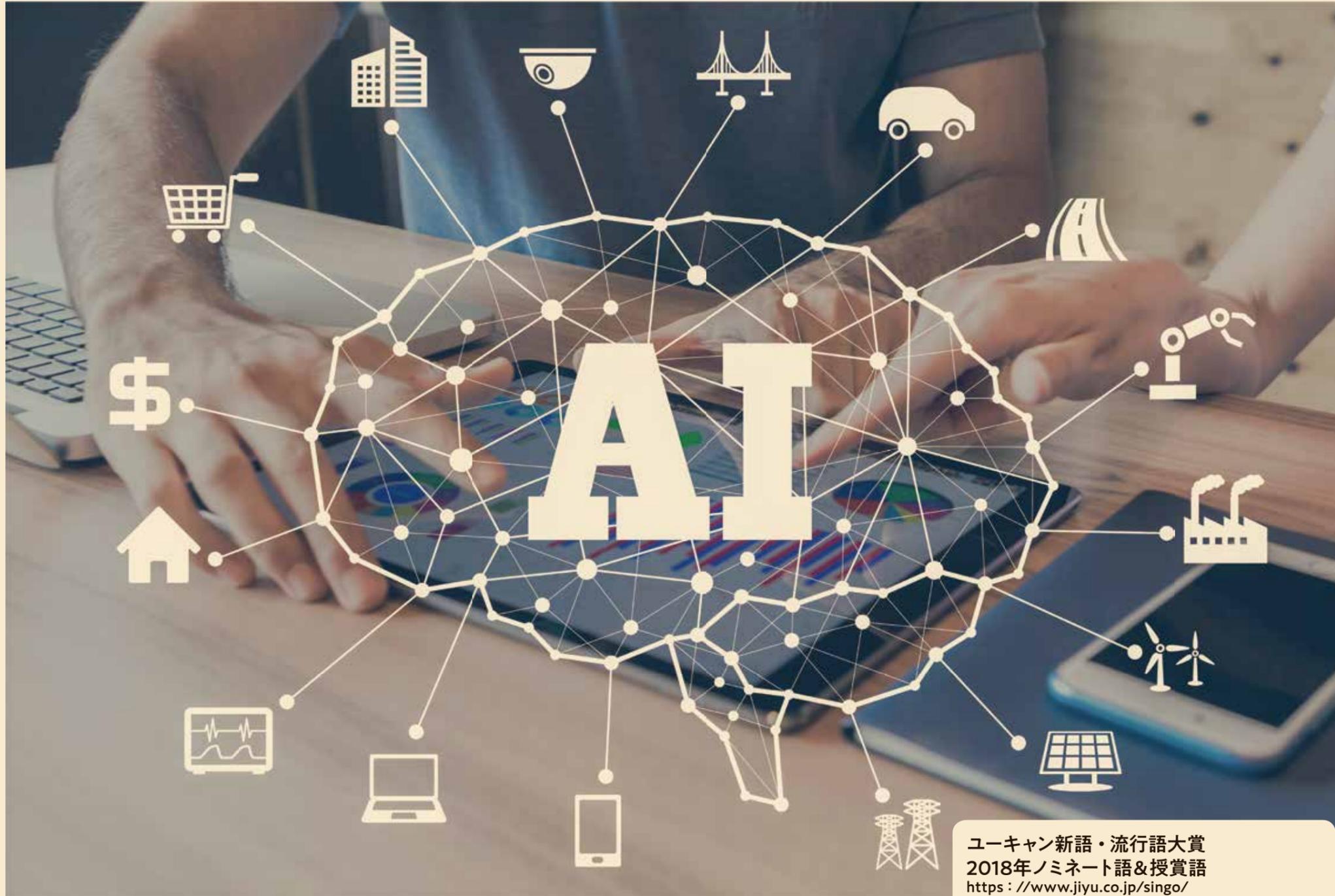
FUTURE ~ 営業マンの未来

What's NEW! ——— 学会WEB&印刷まるごとパック

New&Goods ——— 新しい取り組みはなぜするのか?



株式会社 正文舎のすべての情報は、WEBサイトでご確認ください。
バックナンバーもこちらから。



ユーキャン新語・流行語大賞
2018年ノミネート語&授賞語
<https://www.jiyu.co.jp/singo/>

1	あおり運転	16	災害級の暑さ
2	悪質タックル	17	時短ハラスメント(ジタハラ)
3	eスポーツ	18	首相案件
4	【大迫】半端ないって	19	翔タイム
5	おっさんずラブ	20	スーパーボランティア
6	GAF(A「ガーファ」)	21	そだねー
7	仮想通貨/ダークウェブ	22	ダサカッコいい/U.S.A.
8	金足農盛風	23	TikTok
9	カメ止め	24	なおり節
10	君たちはどう生きるか	25	奈良判定
11	筋肉は裏切らない	26	ひよっこりはん
12	グレイヘア	27	ブラックアウト
13	計画運休	28	ポーンと生きてんじゅねえよ!
14	高プロ(高級プロフェッショナル転職)	29	#MeToo
15	ご飯論法	30	もぐもぐタイム

★印が年間大賞 ●印がトップ10の授賞語

早いもので、2018年が終わろうとしています。皆さまにとって、今年はどうな一年でしたか？

年末と言えば、「ユーキャン新語・流行語大賞」も話題になりましたね。今年ノミネートされた言葉と授賞語は左下表のとおりです。

私はITの仕事を中心にしているので、「GAF(A)」が気になりました。これはGoogle、Apple、Facebook、Amazonの頭文字をとった略語で、世界規模で個人情報を集めている勝ち組企業を表現したものです。私もこのGAF(A)に検索履歴や趣味嗜好、買い物履歴、個人情報を握られている一人ですが、あまり危機感も覚えずに生活してしまっています。皆さまはいかがでしょう。

この新語・流行語大賞では、年々、知らない言葉が増えている印象を受けます。社会全体の興味・嗜好の多様化を感じる今日この頃です。

■将来に向けて、目指すべき営業マンの姿とは？

さて、新しい年を迎えるにあたり、私ども正文舎も企業である以上は目標の数字があります。私の所属する営業部はその数字を達成するために、力を合わせ、切磋琢磨し、お客様のお役に立てるように邁進してまいります。その営業活動の中で、いったい私たちはどんな営業マンを目指すべきなのでしょう。

そんなことを考えるにあたり、「お客様に選ばれ、例えばご紹介もたくさんいただけるような営業マンとは、どのような人なのか」というテーマで上司と話をすることがあります。その時に出了のが次のような人物像です。

- ① その業務分野におけるスペシャリスト
- ② 人間的に魅力がある人
- ③ その人自身がハブとなっている人

このどれかに当てはまれば、お客様から選ばれるのではないかと考えました。

①の「スペシャリスト」というのは、「この人に聞いたら、その仕事のことは何でも答えてくれる」という人です。他社の営業マンとは一線を画すノウハウを持ち問題解決の能力がある人のイメージです。

②の「人間的に魅力のある人」。これは漠然としていて、ある意味生まれや育ちも影響するのかもしれませんが、「何か用事を作って会いたくなる人」と言い換えてもよいでしょう。ですので、それは仕事じゃなくても声がかかったりします。

③の「ハブのような人」というのは、「何か困ったら、とりあえずその人に声をかければ、誰か連れてきてくれたり、つないでくれたりする人」です。人脈が広くて、いろいろなことに詳しく、とにかく信頼されている人とも言えるでしょう。

私もこの①～③のどれかに(できることならすべてに)当てはまりたいと思っていますが、このような営業マンは皆さまの周りにはいらっしゃるでしょうか？

■営業マンはいらない？

一方、世の中の流れとして大きな注目を浴びているのがAIの進化です。AIの発達によって、様々な職業が不要になると言われます。営業マンも例外ではありません。

実は「営業マン不要論」は、AIが現実味を帯びるもっと前、10年

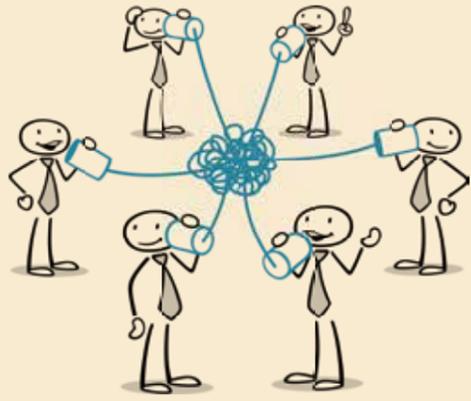
「株式会社 正文舎」A to Z

FUTURE

Text : Ebina Mikiko

営業マンの未来

'fju:tʃə' [名] 未来、将来



以上前からささやかれています。

例えば、BtoBビジネスにおいて、リサーチのスタート地点はいまや100%インターネットです。ならば営業マンがいなくても、インターネット上で調査が行われ、会社やサービスが選ばれ、商談が始まり場合によっては契約まで進むのだから、営業マンは要らなくなるだろうという見解です。

確かに、今やどんなに高額な商品や難解な商品でも、インターネット上で売買が成立することは多くあります。

これまで、営業マンが営業戦略を立て、足を使って新規開拓し、コンタクトを重ねて信頼を勝ち得て見込み顧客を顧客へと変えていく、こうした活動がインターネット上で完結してしまうということです。

■営業マンの存在意義。

確かに購入するものが決まっていれば、それはインターネットで十分だと私は考えています。

ボールペンを50本注文したい。それならインターネットで1分で注文は終わります。そこには営業マンはもう不要かもしれません。

でも、お客様が何をどうしていいかわからない場合、例えば、

「どうすればこのサービスを周知させられるのだろう」

「どうすればこの商品の売り上げをもっと伸ばせるのだろう」

「このチラシの反応率を上げるには、どうすればよいのだろう」

そうした悩みは、インターネットではなかなか解決できないことも多いでしょう。インターネットの向こう側の人には相談しにくいかもしれません。

そんなときに思い出してもらえる存在であること。それが私たち営業マンの醍醐味であり、存在意義であります。

そしてもう一つ。「ボールペン50本注文するのに営業マンはいらない」と言いましたが、逆に「どこで買って同じ、いや、少しぐらい高くても、どうせ買うならあの人から買いたい」と思ってもらえる営業マンになれば最高です。

■一人歩きする、もう一人の営業マン「営業ツール」

人間一人ができることは限られています。

特に、お客様と対面でしっかり話ができるのは、せいぜい一日5~6人が精いっぱいでしょう。

そんなときに、いかに営業ツールを充実させられるかも大切です。

例えば、ホームページを活用することも大きな足掛かりとなります。何しろ、ホームページは365日24時間働く営業マンです。まずは見込み顧客を見つけてもらって育成させる「見込み顧客育成ツール」として構築したり、成約をサポートさせる「クロージングサポートツール」として育てることも可能です。SNSでつながれるならば、より人間同士としての関係性を構築しやすいでしょう。

そして、今お読みいただいているこの紙媒体「with SBS」も、営業マンがなかなか伝えきれない情報をわかりやすくお届けできるように、また、コミュニケーションツールとして活用できるようにと生み出されました。

「正文舎がもっと皆さまのお役に立てるのに、知っていただけないビジネス品目をご紹介したい」

「もっと濃密なビジネス情報を掲載して、ヒントとしていただきたい」この媒体が皆さまのビジネスを支援できる一冊になるように、思いをこめて1号1号改良を続けています。

■営業マン自身の営業手法

営業マンがいかに自分をプロモーションするか、その重要性は今も昔も変わりません。でも、その手法は多様化しています。

例えば、私がホームページ制作やコンサルティングの仕事を営業したいと考え始めた2005年頃、とある業界団体の理事の方が「ホームページを作りたいと思った人の9割が、知り合いに依頼する」とおっしゃっていました。そこで私がひらめいたのは……“札幌の全員と知り合いになればよいのでは?”という極めて単純なアイデアでした。そのとき活用したのはブログと当時の人気SNS「mixi」でした。mixi友達は現在のFacebookやTwitter、Instagramにも引き継がれているわけですが、わかりやすい1つの方法論だと思います。結局、札幌の全員と知り合いにはなれませんが…(笑)、例えば「SNSを毎日見る層」「紙媒体をじっくり読む層」「属人性を大切にする層」「動画ばかり見る層」など個人個人の情報の受け取り方も多様化している時代ですから、意識して活動し、自分の得意な営業ツールを活用してセルフプロモーションをするとよいのかもしれない。

■営業マンはモノを売る時代ではない

もはや営業マンという呼び方は、世の中に求められている職種にはふさわしくないのかもしれない。

もともと営業の仕事の中身は、市場調査、企画、顧客開拓、コンサルティング、プレゼンテーション、販売促進、クロージング、契約、販売、納品、アフターフォロー、顧客のケア…と多岐に渡ります。それらのうち、インターネットやAIが得意なことは彼等に任せて、私たちはお客様のビジネスのお役に立てる相談相手や、コンサルタント業務に軸足を置く時代に移ったと言えるでしょうか。商品やサービスの価値がモノからコトへと変化している時代に、営業マンの価値もモノからコトへと変わらねばなりません。

■未来を見据えて

かのドラッカーは、「未来を知る方法は、ふたつある」と言っています。

一つは「すでに起こった未来」を踏まえること。例えば、昨年の出生率はすでに起こった事実であり、これを変えることはできません。少子化は今、目の前の現実としてあり、未来の人口減少は確実にやってきます。その結果、社会がどうなるかはもちろん想像して仮説を立てるしかありませんが、わかっていることに対しては策を立てられます。

そしてもう一つは「未来を自ら創る」こと。けだし名言です。勇猛果敢に、自分たち営業マンの価値を高め、明るい未来を創っていきたいものです。

TOPICS

紙の魅力を惹きだし、より素敵な印刷物に。

RICOH
imagine. change.

Pro C9200

Text and Photo: Urata Hisanaga



前号では、新しく導入されたデジタル印刷機、RICOH Pro C7200sを紹介しました。今回は、同時に導入されたRICOH Pro C9200を紹介します。

このデジタル印刷機の最大の特徴は、印刷画質の高さです。画質に関わるベルトを肉厚で弾力のあるものにする事で、トナー特有のがさつきが少なく、人肌のグラデーション等が非常になめらかに印刷されます。さらに、取り込んだデータを画像として紙に写し出すための「帯電→露光→現像→転写→クリーニング→除電」の工程を行う「作像装置」と、紙に像をしっかりとつける工程を行う「定着装置」のセクションに筐体が分割され、定着の熱による作像部への影響を軽減し、連続稼働時にも安定した画像品質を維持します。高画質と安定性を併せ持つRICOH Pro C9200は写真集にも自信を持って対応できる高品質プリンターです。

第二の特徴として、用紙対応力の高さがあります。肉厚で弾力のあるゴムベルトにより凹凸紙の凹部の隙間にベルトが追従し凹凸紙へ均一に色が乗ります。今まで色が埋まりきらずオフセット印刷をしていた用紙にも対応しています。

生産性についても特徴があり、2本ずつのトナーが装填可能となっています。印刷中にトナーボトルの交換が可能のため、トナー切れによるロスを軽減します。



また、C9200の内部は「作像装置」と「定着装置」が離れていて、空間が広くとられているので、紙詰まりが起きた場合でも対応作業がしやすく簡単に印刷へ復帰することが出来ます。

私たちは、「より伝わる、効果のある付加価値の高い印刷物」を制作するためにこれらの設備を導入し、技術や感性を磨いています。

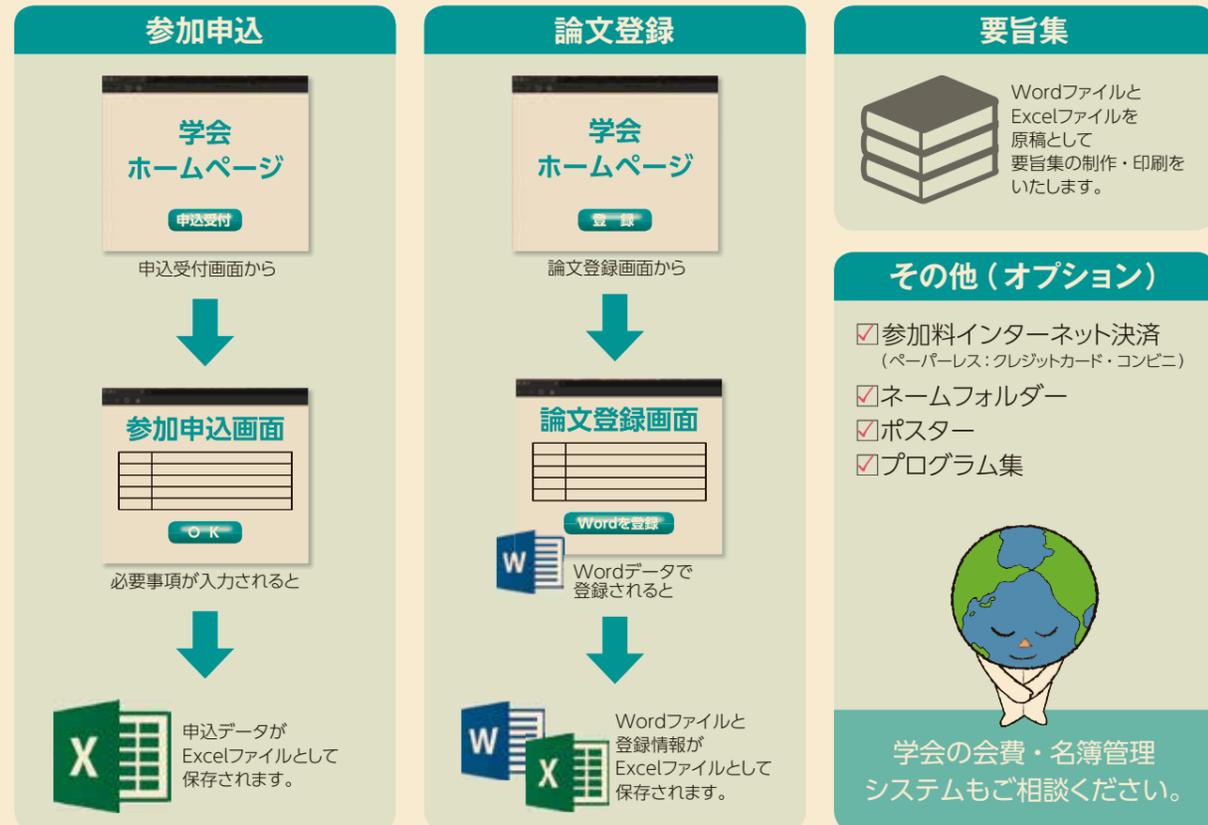
今回紹介したRICOH Pro C9200の画質をテストしてみたい、詳しい話を聞きたいなどございましたら、担当営業までご連絡ください。



※本誌今月号は
特殊紙ファーストビンテージに
RICOH Pro C9200で
オンデマンド印刷をしています。

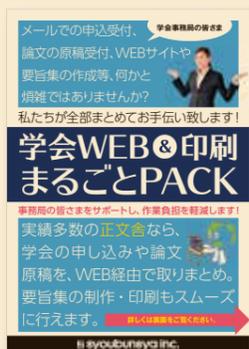
学会WEB&印刷まるごとPACK

実績多数の正文舎なら、学会の申し込みや論文原稿を、WEB経由で取りまとめ。要旨集の制作・印刷もスムーズに行えます。



Voice

From Director



学 会の専門業者に依頼するほどの予算はない」「しかし、抄録集やWebサイトは作成したいし、事務局の負担を減らしたい」「抄録をメールで集めると、とりまとめ作業が煩雑で、本業がおろそかになる」——こうしたお悩みにお応えするのが、正文舎の“学会パック”です。

参加者が数十人~800人程度の学会で特に重宝されております。

Webサイトから参加者登録や論文登録を行っていただき、抄録集(要旨集、プログラム集)作成・印刷までをシームレスに行えるのが、正文舎の強みと自負しております。

その他、ポスター・参加証・手提げ袋の制作や、学会名簿作成、学会費のオンライン決済などもご提案いたします。

[開発者からひと言]

04

正文舎 New&Goods

Text and Photo : Shirafuji Saori

新しい取り組みはなぜするのか?

私 のビジネスコーチでもある、中小企業家診断士さんがこう言いました。

「今年と同じことをしていたら、一番いい結果でも今年と同じ結果にしかならない」と。

本当にその通りだと思います。

今年の正文舎のテーマは「チャレンジ」。1年目のチャレンジでは、花は咲かずとも種は確実に蒔いたと思います。来年はその種を大切に育てて、花を咲かせていきたいなと思いつつ、今年1年の正文舎の取り組みを振り返ってみました。



クリエイティブ研究室が始動

社会の流れの中で自然と市場が縮小しているのが、今の印刷業界です。今まで通りがんばっても、売り上げは落ちるのが当たり前の状況です。

そんな中で生まれたのが、クリエイティブ研究室。印刷部門、Web部門など部署を問わず、企画提案をしたり、より品質の高い制作物を作りたいと思っているスタッフが集まってできました。お客様から言われたとおりのものを作るだけでなく、こちらからも提案していく力をみんなで作りたい。そんな想いがあります。

通常業務もある中で、スタッフは研究室の活動時間を確保して、会社案内を刷新して記事を書く、会社のパンフレットを改善するプレゼンを行うなど、新しいことにチャレンジしていました。今まで人前で話すことをしなかったスタッフが、話す練習をしてプレゼンをしたということは何かを変えていく大きな一歩になると思っています。人に伝わるように話をするという練習をすると、社内のコミュニケーションもスムーズになりますからね。

ほかにも、文章を書く練習を重ねて、コンクールに参加してみるスタッフもいました。



社員の通用口に貼られているポスター。現在、追加人員を募集しています。

廃材の再利用

私が取り組んでみたのが廃材の再利用です。工場には予備紙や仕様変更などで紙が余っていて、捨てるだけになっていると聞いたので、何かに利用できないかなと思ったのです。

「色紙セット」を作ってSNSで呼びかけたところ、保育

園の先生たちから引き取りたいと言ってもらいました。保育園や幼稚園では、広告の裏でお絵かきをしていることもあり、「色がついていなくてもステキ」と先生が喜んでくれました。



色紙の在庫が少ない今は、白い紙をA2やA3サイズに紙を断裁してお絵かきセットを作っています。廃材利用なのですぐに用意はできないのですが、ご希望があれば声をかけてください。

そして、メモ帳やノートなどの商品づくりにもチャレンジしています。

もっと商品として売れるにはどうしたらいいのかな。

そんなことも考えていたら、印刷製本課の課長たちが自分たちで切り取り線を作ったり、表紙を付けたりしてくれて、メモ帳やノートも本格的なものが出来上がってきました。こちらもどんな展開ができるのかとても楽しみです。

ぶらねっとクンのLINEスタンプ

正文舎のキャラクターである「ぶらねっとクン」のLINEスタンプもリリースしました。

こちらは、Web部門のスタッフがノリノリでぶらねっとクンのいろんなポーズを作ってくれたので、思ったよりも早くリリースできたのです。まだ使っていない方はこちらから購入してくださいね。

<https://store.line.me/stickershop/product/3121720>

まったく新しいことを経験すると、脳の中の今まで使っていなかった領域が使われて活性化するそうです。どんな能力が伸びていくみたいなので、これからもどんどん挑戦していきたいなと思います。

《 会社概要 》

社 名：株式会社 正文舎

代 表 者：代表取締役 岸 昌洋

創 業：昭和 9年 5月 1日

設 立：昭和27年 5月15日

資 本 金：1,400万円

所 在 地：[本 社]

〒003-0802

北海道札幌市白石区菊水2条1丁目4番27号

TEL.011-811-7151

FAX.011-813-2581

[東京オフィス]

〒107-0051 東京都港区元赤坂1-1-7

オリент赤坂モートサイド805

TEL.03-5413-4016

FAX.03-5413-4017

取扱い品目

印刷事業

【 商業印刷物 】

[情 報 系] パンフレット・リーフレット・カタログ・チラシ、会社案内、ポスター、カレンダー、PR誌、取扱説明書（マニュアル）

[物 流 資 材 系] 各種封筒、包装紙、シール・ラベル

【 出版印刷 】

[書 籍] 名鑑、各種名簿、記念誌、単行本

[雑 誌] 週刊誌、月刊誌、専門誌

[新 聞] 各種業界新聞、学校新聞

[学 参 系] 教科書、辞典、問題集、生徒会誌

[自 費 出 版] 同人誌、自分誌、詩集、エッセイ、写真集

【 業務用印刷 】

伝票・帳票各種、オンデマンド／バリアブル、小ロット印刷、賞状（学位記・証書等）印刷、可変宛名印字、ダイレクトメール

情報メディア事業（WEBサクセス） <https://www.websuccess.jp/>
各種WEBサイトの企画・制作・運営管理、各種データベースの企画・構築・運営管理、クロスメディア展開の企画・構築・運営管理

賞状net事業

賞状・表彰状等のインターネット通販サイトの運営



メディア・ユニバーサル・デザイン協会認定のメディア・ユニバーサルデザイン・アドバイザーの資格を持った制作者が多く在籍しています。



グリーンプリンティングの認定を受けています。



全日本印刷工業組合連合会によるCSR認定制度の基準を達成しています。

P-00023



ISO/IEC 27001:2013 JIS Q 27001:2014 情報セキュリティマネジメントシステムの認証取得をしています。

IS 618840/ISO 27001



ぶらねっと
©syoubunsysya.inc

★ぶらねっとくんは、正文舎の業務や取組を紹介するときにどこからともなく現れるオリジナルキャラクターです。

想 像 を 創 造 へ

株式会社 正文舎

札幌 本社 〒003-0802 札幌市白石区菊水2条1丁目4-27
TEL.011-811-7151 / FAX.011-813-2581

東京 OFFICE 〒107-0051 東京都港区元赤坂1-1-7 オリент赤坂モートサイド805
TEL.03-5413-4016 / FAX.03-5413-4017

<https://www.syoubunsysya.co.jp>

Publisher ■ Kishi Masahiro
Creative & Art Director ■ Narita Sadayuki
A to Z Writer & Chief Editor ■ Ebina Mikiko
Guest TOPICS Writer ■ Urata Hisanaga
New&Goods Writer ■ Shirafuji Saori
Editor ■ Honma Kazumi
Editor ■ Tokunaga Moe
Editor & Digital Printing ■ Watanabe Mototsugu

※本誌はデジタル印刷機 Ricoh Pro C9200を使い、特殊紙「ファーストピンテージ（ページJ）」にオンデマンド印刷しています。