

vol.004 OCTOBER, 2018. [株式会社正文舎] 会社案内

with
SBS

※SBSは、正文舎（SyouBunSyaの略です）

TOPICS

緊急提言!!

自然検索の
行方



正文舎のアレやコレ。

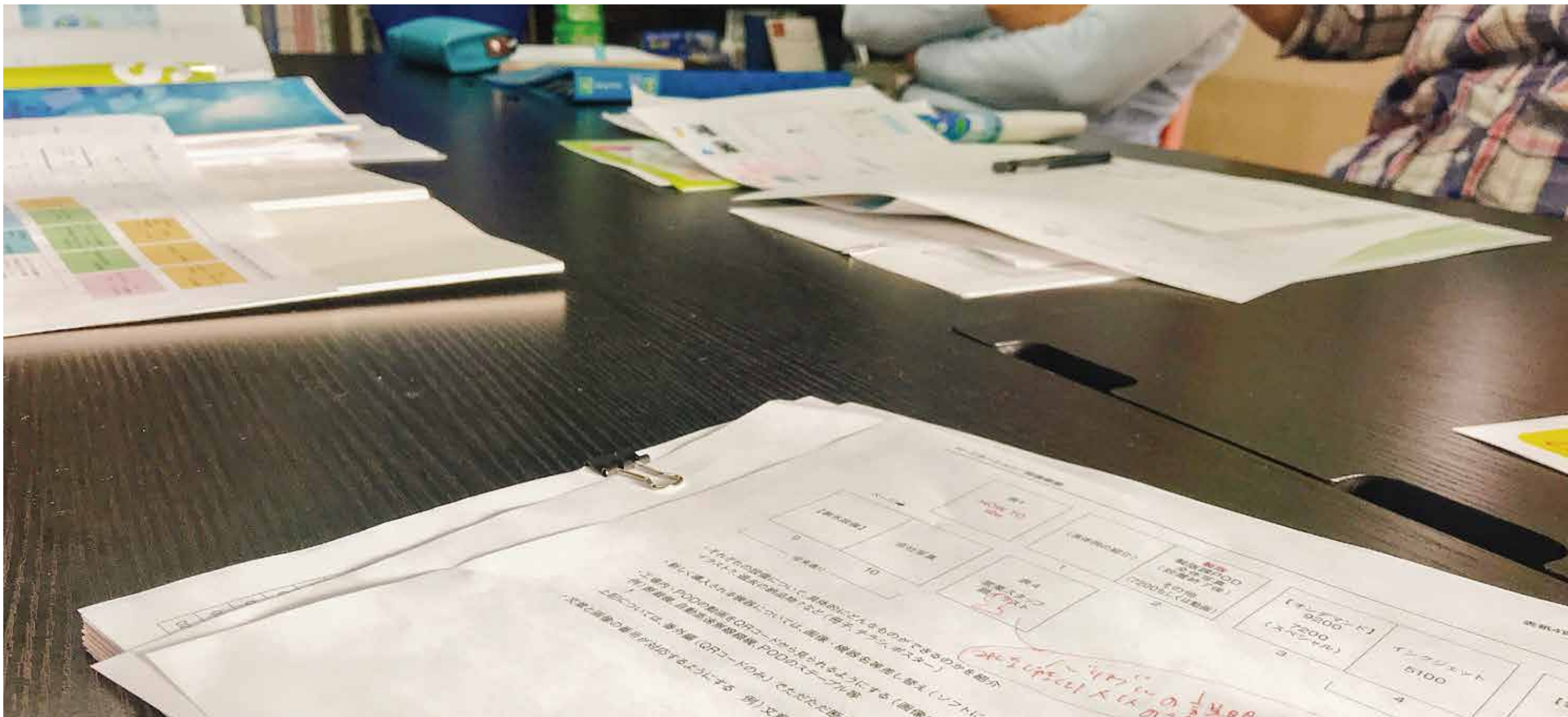
「株式会社 正文舎」A to Z
DESIGN

What's NEW! ————— サイネージ広告

NEW&Goods ————— 正文舎 大プレゼン大会



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。



DESIGN

Text & Photo: Tokunaga Moe

正文舎の問題解決方法。

de・sign /di'zain/[動] (行為としての) 設計、企画、構想



クリエイティブ研究室研究員募集ポスター (A0サイズ)

「研究員募集」。ある日、会社の廊下にこんなポスターが貼られていた。中央に大きく掲げられた「製造を創造へ」というコピーを見ながら、何か新しいことが始まりそうな予感にわくわくしていた。

社内に「クリエイティブ研究室」なるものが発足したのが今年の4月。メンバーは現在7名。デザイナーだけにとどまらず、わたしの所属する営業部や、印刷課など、部署をこえて様々な顔ぶれが揃っている。毎週火曜日の夕方に30分ほど集まり、設けられたテーマや、実際の業務案件について、ブレインストーミングや制作作業、プレゼンテーション等を行っている。



設備概要プレゼンボード (A1サイズ)

「印刷だけ」のイメージから脱却したい」と正文舎の新たなキャッチコピー案を出し合ったり、札幌市内のあるホテルからの「ホームページ見直し依頼」では、既存のホームページを観察して、「オフィシャルサイトからのお問い合わせを増やすためには どうすれば?」と改善点を話し合ったりもした。「確実に保護者の手に渡る効果的な方法は?」と高校の学校案内のコンペティションのアイデアも練った。残念ながら、勝つことはできなかったが、「チームというものはなんて心強いんだ!」と感動したし、あれやこれやと頭を悩ませた経験はきっと無駄にはならない。

“デザイン”という言葉には、形状が美しいことやレイアウトが整っていることなど、見た目を表すことのほかに、「問題解決」や「設計」という意味も含まれている。クリエイティブ研究室は、まさにその練習をどんどん積み重ねていける場になっている。こうやって培ったデザイン思考が、「クリエイティブ力」につながっていくのだと感じた。当初思っていたより、タスクは山のように発生し、一時期、これもあれもと社内からの依頼が相次いだこともあった。

そして、いま進めているのは、社内販促用印刷物の見直しだ。工場見学に来る小学生や中学生に配る冊子の「工場見学案内」。CSRの取り組みをまとめた「CSRレポート」。そして、社内の機械

やシステムをまとめたいわゆる「設備概要」。それぞれチームを組み、改善ポイントを提案にまとめ、経営陣にプレゼンテーションをし、承認されると、リニューアルに進められるという流れだった。

中でも難題だったのが、わたしの担当する設備概要だった。工場見学やCSRレポートの冊子は、より良いコンテンツにすることが主なテーマだったが、設備概要に関しては、「もう必要ないのでは?」という声があがっていたため、「絶版されないためにはどうしたら?」状態。完全に“マイナス”からのスタートだった。

「捨てられない印刷物にしたい」「手にした人が楽しめる仕掛けが欲しい」「大人の工場見学にしよう」などと、メンバーで何度も打ち合わせを重ねた。

いよいよ、プレゼンテーション当日。奇しくもわたしの誕生日である。

「いらないなんて言わないで!」

と必死になった26歳初日。一応、承認はされ、制作し直すことにはOKがでた。しかし、そのためには経営陣からだされた課題を解決する必要がある。だんだんと愛着が湧いてきた「設備概要」との付き合いはこれからまだまだ続きそうだ。

What's New! プロモーション動画で、商品の魅力を発信。

道行く人を呼び込む。世界観が伝わる。

デジタルサイネージ広告



路面店などで道行く人を呼び込みたい。
商品のすばらしさ・使いやすさ・世界観を伝えたい。
そんなときには、デジタルサイネージがおすすめです。
プロモーション動画で、商品の魅力を伝えられます。

集客力UP
ファン拡大

サイネージでは動画以外に、
PowerPointでも表現可能。

動画制作・サイネージ販売

●動画制作：10万円～／1分

●サイネージ：15万円 前後～
(設置作業含む)

事例：ショコラティエ マサール様

02

正文舎 New&Goods

Text & Photo : Shirafuji Saori

正文舎 大プレゼン大会

先日、社内の販促ツールをどのように改善するとよいか、社員が経営者にプレゼンする時間がありました。今まで正文舎の販促ツールは社長が中心になって作っていたので、新しい試みです。

プレゼンをしたのは、この会社案内を企画・編集しているクリエイティブ研究室のメンバーです。クリエイティブ研究室は、社長が掲げた行動目標を達成するために、**ひとりの社員が呼び掛けて作った勉強会です。研究室では、有志がおもにコピーライティング、コンテンツの企画、ブランディング、広告などの勉強をしているそうです。**

その活動の一環が販促ツールの改善提案です。今回はCSRレポート、工場見学案内、設備概要の3つの冊子を、どう魅力的に変え

ていくかという話を、5分程度で話してくれました。

廃材を使ってコンセプトボードを作り、プレゼンに使うというアイデアもよかったです。そして、営業部の社員と一緒に、社内においてお客様と接することがない製造部門の社員が、一生懸命そして楽しそうに発表する姿を見て、人は自主的に行動すると、どんどんクリエイティブになるのではないかと思います。

プレゼンのコツは、自分の考えを一方的に伝えるのではなく、聞く側にどう興味をもってもらって伝わる話にするのかです。この力がつくとコミュニケーション能力がグンと上がります。そうすると、社内の仕事ももっとスムーズにできます。営業部だけではなく、製造にかかわる社員もプレゼンに挑戦し続けてほしい。そう思いました。



ホームページを お持ちの皆さまへ 緊急提言!!

自然検索の行方

Text : Ebina Mikiko



図1：2018年9月現在の検索結果画面

秋 たけなわの好季節となりましたが、いかがお過ごしでしょうか。営業部の蝦名です。今回は、Web業界で話題になっている「Googleの変化」とその対策についてお話しします。少し専門用語が多いかもしれませんが、特にホームページ検索エンジンからの流入がオンラインショップの売り上げの多くを占めている場合など、ビジネスに大きく影響を及ぼすこともありますので、一読いただけると幸いです。

Googleが検索からホームページへの訪問を減らしている

それはどういことでしょうか。わかりやすく説明しましょう。例えば、「東京ホテル」と検索すると、検索結果画面には何が表示されると思われますか？ これまでは例えば楽天トラベル、じゃらんなどの旅行系サイトやトリバゴなどの比較サイト、あるいは、各ホテルのホームページや広告が表示されていました。2018年9月現在の検索結果画面をご覧ください（図1）。検索結果画面の変化にお気づきでしょうか？

従来は「①広告」と「③自然検索（＝広告以外の検索結果）」のリンクのみ表示されていたので、それらのリンクがクリックされ、検索ユーザが訪問していました。現在はGoogleの「②ホテル予約エリア」が大きく「③自然検索」の上に表示され、Googleだけで予約が完了できるようになっています。つまり、「③自然検索」のリンクがクリックされにくくなっているということです。

こうした仕組みはホテルやフライト予約にとどまらず、求人でも同じ動きが見られます。ほかにも、「映画」と検索すれば近隣の映画館で上映されている映画の一覧が表示されたり、病気を検索すればその説明を抜粋して枠囲みで表示させるなど、検索結果画面だけでユーザのニーズを満たそうとするGoogleの意図は明らかです。

Googleに対して何ができるか

こうしたGoogleの動きは加速していく可能性があります。これまで努力を重ねて質の高いホームページを作り上げ、その結果、検索順位が上位となり、多くの方に見てもらえていたとしても、これからはクリックされにくい状況になるかもしれません。

「それでも自分たちのサイトを訪問してもらいたい。」

そう考える私たちに何ができるでしょうか。

①指名検索してもらう

「東京ホテル」ではなく「●●ホテル」と指名でユーザに検索してもらうようにするのです。そのためには、認知度を高めるための施策が必要です。

例えば、広告を出す、チラシを配る、プレスリリースを出す、展示会に出展する、話題性のあるイベントを企画してSNSやブログで情報発信をするなど、業種業態によって様々な手法が考えられます。ホテルの場合なら「早朝限定 朝食たらばガニ食べ放題プラン」のような面白イベントを企画し話題作りをすることで、「カニ食べ放題ホテル」といった特長を持った検索フレーズで検索してもらえるかもしれません。そうすれば、自然検索で訪問者が増える確率は高まります。

②キーワード検索以外の土俵で露出する

キーワード検索以外にも検索される機会は増えています。キーワード以外にも検索結果画面にされるように、画像検索や動画検索、Googleマイビジネスを意識してホームページを作りましょう。例えば、「ホテルオーシャンビュー」で検索してみましょう。画像検索結果の一覧が、検索結果画面（図2）に現れます。



図2：「ホテルオーシャンビュー」の検索結果画面

Googleは検索キーワードごとに画像を出したり、あるいはニュースを出したり、ユーザのニーズを満たそうとしているのです。ホームページを作成するときには、こうしたユーザの検索ニーズを予測してみることも大切です。検索ユーザが画像を期待している場合は、ホームページの中に検索ユーザの期待に応える画像を掲載し、検索キーワードをきちんと配置しましょう。そうすることで、画像検索からの訪問者増が期待できます。

その他、動画やGoogleマイビジネスも大切です。

「ナイトプール東京」の検索結果画面（図3）には動画一覧が表示されます。



図3：「ナイトプール東京」の検索結果画面

「ペットホテル東京」の検索結果画面（図4）にはGoogleマップが表示されます。一覧表示されるのがGoogleマイビジネスです。



図4：「ペットホテル東京」の検索結果画面

このように、検索ユーザが「動画で見たい」と思われる検索ワードには動画を用意する、地域で検索される場合にはGoogleマイビジネスで正しく魅力的な情報を提供する、といった作戦を立て、実行していきましょう。

③SNSからの流入を増やす

②の動画とも重複しますが、SNSからの流入数を増やす方法も考えられます。SNSはツールごとに強みや利用者層が異なります。例えば、学生にリーチさせたいイベント情報であればTwitter、女性に届けたいおしゃれコンテンツであればInstagramなど、ユーザや情報にマッチしたツールを使いましょう。SNSでファンを増やしていくことで、①の「指名検索」につながりますし、もしかするとホームページが閲覧されなくてもSNSだけでビジネスが完結してしまうかもしれません。

④広告を出稿する

検索結果画面に表示される、いわゆる「検索連動型」と呼ばれるWeb広告であれば、Googleのホテル予約やフライト予約よりも上に表示されます。Web広告では単価が高くて費用がかさむ、価格勝負になりやすい、という場合には、SNS広告も考えられます。Web広告よりも比較的単価が安く、ファンづくりにも一役買える場合もあります。

以上、四点ご紹介しましたが、いかがでしょうか。

検索順位や、検索からの訪問数は、ホームページをビジネスに活用されている方にとって生命線とも言えます。検索結果画面の様子は絶えず変化していますので、日ごろから、何が上位表示されているか、動画やニュースが何件くらい入っているか、どんな検索結果画面になっているかをチェックしましょう。

《 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
オリエント赤坂モートサイド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） <http://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。



紙には古紙80%再生紙の
OKマットコートエコグリーンを使用しています。



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。



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。



ぶらねっと
©syoubunsysa.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 オリエント赤坂モートサイド805
TEL.03-5413-4016 / FAX.03-5413-4017

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

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

※本誌はデジタル印刷機 Ricoh Pro C7200で、
表紙にクリアトナーを使いオンデマンド印刷しています。