**趣意書**

私は２０１１年９月２７日　国生み神話の島　兵庫県の淡路島　南あわじ市に「あわプリメディアデザイン(株)」を設立しました。設立の目的は、大げさかもしれませんが、「日本中の中小零細印刷会社の営業マンを助けたい！」という想いからでした。当社も印刷会社なのでわかりますが、印刷の営業は大変です。特に新規営業は、会社から特に武器も持たされず、大した研修・勉強会もなく、１日１件根性で行け！なんて会社も珍しくないように思います。当社は、島にあるからか、時流にあっているからか、ほんとはしないとダメな新規営業もあまりできていません。が、毎月新規のお客様が５件～１０件程度増えていっています。私も十数年前、お世話になっていた印刷会社で、アポどりから上司を連れての訪問や飛び込み営業をした経験があります。新しい、いいお客さんと出会えるととてもうれしいし、やりがいがありますよね。でも、その分、邪険に扱われたり、アポさえ取れないことが大半で心が折れるばかりでした。あれから時代は恐ろしいスピードで変わり、通常の仕事でさえも短納期で大変な時代です。きついノルマのある中で、新規営業をしなくてはならない都会の営業マンには頭の下がる思いです。本来、新規の営業なんてものは、会社がちゃんとした武器を用意して、素人や誰でもがある程度、営業できるようにするのが、会社の役目であり、経営者の責任であると私は思います。この人はできるけど、この人はできないでは、いつまでたっても、今のレベルを脱することはできないのではないでしょうか？いつまでたっても、当てものの営業で、いつまで経っても気合、根性での営業では新人も育ちません。JCでよく聞かされましたが、ダイヤモンドがダイヤモンドでしか磨けないように、人は人でしか磨かれない。自分を振り返ってみて思いますが、人間は小さな成功体験を積み重ねることでしか、伸びていかないのではないでしょうか。いやな思い、つらい思いは人を強くするかもしれませんが、楽しい思いでや成功体験こそが人間を成長させ、明日へのモチベーションとなるのだと私は思います。昭和時代は、日本も経済も登り調子でしたから、気合や根性の営業も通じた時代でした。単に動くだけで売り上げや新規が取れた時代でした。モノも会社も足りていない時代でしたから。今は低成長ともするとマイナス成長、モノ余りの時代において、気合や根性だけでは営業は戦えません！かと言って我々零細企業に特にこれといった武器がある訳でもなく、今ある人員で、今できるレベルの事を精一杯やるしかないのが現状です。

そこで私がやりたいことが、

１．新規営業のハードルを下げる営業マン支援ツール　「楽LUCK営業　やったる!!」　　　毎月業種を斬って、しゃべらなくてもいい営業、訪問から３日後に再度訪問することで、営業マンの新規訪問のハードルを下げ、ストレスを減らし、成功体験へ近づくツールです。チラシ・ポリシーブック・二つ折りの名刺・販促グッズのデザインデータを毎月お届けします。

２．お取引先への月一訪問のネタとしてのお役立ち情報　「いいね通信!」　　これまでのお客様へも新規のお客様へもまずは、お役に立つ情報提供から。A４を上下２コマに分け、A４　２枚で４コマに売り上げの上がる色は？売り上げの上がるPOPは？売り上げの上がるキャッチコピーといった会社の売上やマーケティングに関わる情報を幅広くお届けします。会社へ直接持参やメール、FAXを使ってお客様との接触率を高めましょう。

３．自社の商品カタログを持ちましょう!!　A4で４０Pのカタログの完全データを販売致します。そのまんま使えるところは使って頂いて、商品の写真を差し替えるだけで、簡単に自社の商品カタログが出来上がります。お客様は、印刷会社の会社案内よりも「御社は何ができるんですか？」ということを知りたいのではないでしょうか？

[カタログの作成ソフト名　:　CS６(インデザイン・イラストレーター・フォトショップ)]

この３アイテムで年商３億円までの印刷会社の営業マンを助けたいと思います。

御社はCTPの保守メンテに毎月いくらかかっていますか？７万円とか１０万円とかかかりますよね。では、営業マンの営業活動のために商品カタログや他社にない武器を持たせていますか？　本来は、お金を生み出す営業マンや営業ツールにもっとお金を掛けるべきではないでしょうか？CTPは工程を減らしてくれますが、売上は１円もあがりません。

三方よしの精神でお取引様も、印刷会社さんも、みんなで少しずつよくなる、そんな時代だと思います。私の大好きな、船井総研の唐土さんも言っていますが、いいお客様と、いいお付き合いをして、いい売り上げを上げる。そんな時代だと思います。そして、「やったる!!」「いいね通信!」を通じて多くの仲間と本当の情報交換、デザインデータの共有化を図っていきたいのです。特に儲かりにくい、デザインのデータをサーバーで検索機能を付け、それぞれの会社の案件にあったデータを流用化することで、もっとフレキシブルに、もっとスピードを、もっと利益率を高めることができるはずです。本当にやりたいのはここです。当社ではパチンコ屋さんのチラシをデザイン・印刷しています。パチンコやスロットの盤面を毎回切り抜きをし、補正をし、ゴミを取っていました。その時、感じていたのは、全国の印刷会社でも同じことをしているんだろうなと。どこかで一元でデータの管理をしてくれれば、パチンコの会社もどこの地域で使われたか、そしてきれいなデータで、印刷会社も便利で三方よしなのにと思っていました。北海道でデザインしたものを、九州でプレゼンの資料としてデータを流用する。新規の営業で今日訪問したところに、明日デザインを持ち込むなんてことも可能です。「楽LUCK営業　やったる!!」「いいね通信!」の仲間とデザインデータの流用化をすることで、時間や提案コストを減らすことができます。そして、今よりもいいデザインのために時間をかけたり、デザイン部門の収益を改善することができます。

売上=見積もり数×契約率×単価というのが印刷会社の売り上げの公式です。すべて３つを上げるのは無理です。売り上げは掛け算なのでどれか１つを上げればいいのです。皆さんはどれを上げますか？私はまず、新規訪問か継続訪問で見積もり数をあげるのが一番早く、零細企業にできることだと思います。ちまたでは、ARや提案営業などの高尚なサービスもありますが、そういったことを提案し、仕事にできる企業は極一部で大半の印刷会社、大半の営業マンはそんなレベルまで到達できません。それよりはまず、目の前にあるであろう、そしてできること精一杯やっていくことをお手伝いしたいと思います。

三方よしの精神で印刷業界のお手伝い!!　を　国生み神話の島　淡路島から!

つたない文章を最後まで、読んで頂きましてありがとうございました。

感謝!!

淡路印刷(株)

あわプリメディアデザイン(株)

代表取締役　真野　貴司

大好き!　しあわせ!　うれしい!　ありがとう!　楽しい!