

複写連HP URL
fukusyaren.or.jp/
 401k HP URL
fukusya401k.jp

複写連だより

日本複写産業協同組合連合会
 〒105-0011 東京都芝公園1-7-8
 ITビル4階 電話03(5402)6167
 FAX03(5402)1088
 e-mail
fukusya-2948@tuba.ocn.ne.jp
 URL <http://www.fukusyaren.or.jp/>

複写連次世代戦略・総務委員会

2013年4月10日水曜日
 大阪市の淀川工技社会議室において、森下会長、楠本副会長、上田総務委員長、佐々木総務副委員長の4名が参加し、開催されました。

会議の議題は昨年実施した「1603問題」いわゆるジアゾ商品の消滅に関わるアンケート調査結果の発表を控え、報告書の最終検討を行うこと、また3月に決算を終了し、5月に開催される複写連理事會への報告を控え、決算報告書類の精査などがメインテーマとなった。

午前10時から始まった会議は夕刻17時まで内容の濃い会議となった。

①「1603問題」のアンケートについては佐々木総務副委員長が概要の取りまとめを行い、楠本副会長が総括し、全国からアンケートを寄せた会社に「報告書」として送付されることとなった。また、複写連への入会を促す意味で、「複写連パンフレット」並びに「複写連だよりのダイジェスト版」を同封することが決定された。

②5月開催予定の理事会に向けて、議案の内容も検討され、事業報告案、事業計画案、決算書案、予算書案、その他の項目について議論がなされた。

③「情報と複写」の内容の充実については、上田総務委員長から、「総務委員長、広報宣伝委員長、(株)ピバン藤田社長の3社協議」の報告があり、「情報と複写」と「複写連便

り」の相互リンクの件や今後の情報収集の進め方などについて検討され、よりよい情報誌を目指すことが確認されたとの意見が出された。

会員の為の情報誌として、より内容を深めた記事を今後も提供されることが期待されている。

複写連事業推進委員会

日本複写産業協同組合連合会事業推進委員会(朝香雅文委員長)が4月10日委員会を開催し、平成24年度事業総括、次年度の委員会事業の検討について討議しました。

会議には広報宣伝委員会細井武委員長も同席し、事業推進委員会と広報宣伝委員会との連携が強く求められる中で詳細な意見交換が行われました。

昨年度は、新委員会の発足に伴い、6月以降の活動となりましたが、新ホームページの立ち上げ、複写連広報パンフレットの作成、九州地域の前青年部の方々との交流などを進めてきましたが、今年度は新しく生まれ変わろうとしている日本複写産業協同組合連合会の本質を全国の同業他社に理解いただけるような施策を考えて事業計画を進めていくこととなります。

会長のひとり言

業界が今大きなテーマとして考えていくことがいくつかあります。

その第一は、「1603問題」と名づけ、日本複写産業

協同組合連合会が提起したジアゾ商品の生産終了に関する対応策です。

これにより業界の業務やお客様との契約関係に大きな転換が起こり、これをお客様とどのように解決していくのか知恵を集めていかなければならないところです。その時期も実質的には平成27年度4月の新規契約が始まる前に契約の商品の見なおしと代替商品の価格設定の提案協議という場面を迎えることとなります。

ジアゾ商品は七十年以上にわたり複写業を支えてきたメインの柱であり、その商品を提供することにより、業界が日本で唯一、図面提供産業としてここまで大きく発展してきた歴史があります。

またこれによりその後の複写産業が確立されたことに異論をはさむ方はいません。その、受注から納品までの流れは、まさに今我々業界が新しく創成しようとしている「POD業界」の原点となるものでしょう。

前回もお話ししたように、現実の問題として、日本のジアゾ市場の継続は99%以上の確率で困難でしょう。この事実を踏まえ、私たちのお客様に実態をお伝えすると同時に、代替の商品をいかに合理的に採用していただけるかが大きな課題です。

ジアゾ商品の価格と同じ価格をPPC商品に適用するという安易な発想で、どの程度利益が出るのでしょうか。安易な値下げは利益を喪失し、業界が破滅することを意味します。デジタル機器の進化は急速でありイニシャ

ルコストが1枚当たりの原価に占める割合、ランニングコストとして計算する用紙代・ロス率加算、それにサービスチャージ量、ソフトウェアの使用代、直接人件費、間接人件費、電気使用料や会社にかかる営業経費も含めた諸経費をそれぞれ加算すれば、安易にジアゾ商品と同等の価格で提供する無謀な挑戦は基本から計算が成り立たないことは明白です。

従ってボリュームが増加することを多少加味し、現状の価格体系からやや割引はある程度仕方ないのでしょうが、最低限の原価+利益=売値という商品価格の設定は業界として守らなければならないルールであります。

日本複写産業協同組合連合会は業界が最低限、維持できる正当な価格体系の設定にも努力していく所存です。

皆様とご一緒に複写の意味や価値を再定義する必要があります。

もうひとつの大きなテーマが、業界の中で動き始めたPOD業務の市場創生というテーマです。これは業界の生き残りをかけた、関連する異業種との戦いとなります。

日本複写産業協同組合連合会では、平成25年1月から一般財団法人建設物価調査会が発行する「物価資料」に、「POD」を社会に認知していただくために「PODの解説」を連載しています。

市場の現状、なぜPODなのか？PODの歴史や発展の経緯、また今後の展開など、シリーズで解説しています。

この連載は一年以上続

け、PODという言葉が社会の中で共通の言葉として独り歩きできるように説明してこうと考えています。

日本複写産業協同組合連合会がこの連載を続けることで、一般のお客様が、このカテゴリーの業務は複写業とそれから派生したプリントオンデマンド業界が提供する商品であるという認識を得ていただくための情報戦でもあります。

さらにもう一つのテーマがあります。

現在、日本複写産業協同組合連合会が企画している、「PODテキスト」の出版企画です。

既に出版されている「DTP関連テキスト」に対抗し、PODにかかわる方々が全国共通の言語を持つことで企画部門・営業部門・業務部門においても、お客様のニーズを確実にとらえ、業界だけではなく、お客様、機器を提供していただく、メーカーの方々も含め、「POD」に関する共通の言語を世の中に認知してもらおう広報活動を行うという試みを行うという発想であります。

今後、日本複写産業協同組合連合会の経営会議の了解とアドバイスを受け、出版社との協議も進めながら、全国書店で購入可能な出版物として提供することを目的に企画を進めているところです。

これを実現し、全国レベルでのPODに関する共通言語の教育を向上させ、新市場と当業界の新分野が結合することが大きな未来につながることを期待しております。

(会長)

メーカー最新情報
このコーナーでは
賛助会員各社の
最新情報をお知らせします

富士ゼロックスミャンマーに営業拠点を開設

事務機業界では初の直轄拠点:急成長市場での事業拡大を目指す

2013年4月4日

富士フィルムグループの富士ゼロックス株式会社(本社:東京都港区、社長:山本忠人)は、成長が期待される新興国のひとつ、ミャンマー連邦共和国(以下、ミャンマー)のヤンゴン市に、直轄の拠点である「富士ゼロックス アジアパシフィック ミャンマー支店」を開設、4月1日より営業を開始しました。

現在、当社はミャンマーの現地代理店を通じ、複合機などの販売活動を行っています。富士ゼロックス アジアパシフィック ミャンマー支店は、代理店の営業活動に対する支援や、販売に関するコンサルティングサービスを提供するほか、高速カラーパブリッシングシステムなど高付加価値商品の提案活動を行います。

海外事業を統括する富士ゼロックス アジアパシフィックは、2012年10月にミャンマー事業開設準備室を設置、現地調査の実施など、拠点設立に向けた準備を進めてきました。

ミャンマーでは2011年の新政権発足以降、規制緩和が進み、経済活動が活発化しています。昨年には、新外国投資法が成立、今後、経済特区の開発が始まるなどから、日本企業をはじめ、同国への進出を計画する外資系企業が急増しており、経済成長が期待されています。当社は本国と同様のサービスを求める外資系企業への質の高い提案や、ミャンマーの国営・民間企業などに対し、お客様のニーズに応じた商品の提供を

行います。

富士ゼロックスは長年にわたり、日本およびアジア太平洋地域で事業を行い、ドキュメントサービス&コミュニケーションの分野における経験や知識を培ってきました。今回のミャンマー拠点開設により、同地域でのさらなる成長の実現を目指します。

富士ゼロックス アジアパシフィック ミャンマー支店概要、支店名:富士ゼロックス アジアパシフィックのノウハウを具体的に聞くことができるチャンスです。

日経コラム抜粋記事

日経BPのコラムから抜粋した記事です。

さらば安売り！ウチは「量販店の2倍の価格」でテレビが売れる

高くても買ってくれる顧客を増やす方法

2013年3月12日

「でんかのヤマグチ」は、東京都町田市にある小さな家電販売店です。

この地で私は48年間、商売を続けてきました。かつてバブル経済の頃に複数の店を出したこともありますが、今は町田市郊外の1店舗だけです。2012年3月期の売上高は12億4000万円で、社員は40人ほど。ごく一般的な零細企業と言っているでしょう。

それにもかかわらず、多くの方々に注目をしていただいているのは、業界大手の家電量販店がひしめく激戦区にありながら安売りをせずしぶとく生き残っているからだと思えます。

家電量販店より15万円高くても売れる

ヤマグチの店頭に並ぶ50インチの液晶テレビの値段は32万8000円。家電量販店に行けば、同じ製品が17万8000円くらいでしょうか。ウチとでは約15万円の開きがあります。

家電販売激戦区で孤軍奮闘する「でんかのヤマグチ」の山口勉社長(写真:菊池一郎)

「2倍近く高い値段で、売れるわけがない」と思われるかもしれませんが。値段が1円でも安いほうが売れる。それが当たり前のご感覚ですよ。それでも、ヤマグチのお客様は買ってくれます。

その秘密は、徹底した顧客サービスにあります。テレビとレコーダーを買ってもらったらお客様の自宅まで届けて配線して設置してあげたり、電球1個の交換でもトンド行ったりするのは当たり前。これは言ってみれば、家電の販売や修理など本業に含まれる「表のサービス」です。

ヤマグチにはこれ以外に、言葉はあまり良くないのですが、「裏のサービス」があり、これに力を入れています。なぜなら、一般的な家電販売店にはまずできないことからです。

「裏サービス」の一例を挙げましょう。営業担当者がクルマで担当地域を巡回中、顔見知りのお客様を見かけました。声をかけると、「これから病院に行くのよ」という返事。「それなら、すぐそこですから乗って行ってください」と担当者が機転を利かせて送ってあげる。これがヤマグチの「裏サービス」です。

あるヤマグチの営業担当者は、毎週金曜日になると、馴染みのお客様のご自宅に出向きます。そのお客様は高齢の女性で、韓流ドラマが大好きなの

です。しかし、最近のデジタル家電は操作が複雑で、なかなか録画方法を覚えられません。そこで、担当者がお客様の代わりに録画してあげているのです。

「家電販売に直接の関係ないし、そんなことは家族に頼めばいいのでは？」と思うかもしれませんが、しかし、そのご家庭は、ご主人に先立たれた単身世帯。子どもも独立し、別の場所に住まいを構えています。すると頼れる人が近くにいません。

そこでヤマグチの登場というわけです。遠くの親戚より、近くのヤマグチ

「遠くの親戚より、近くのヤマグチ」――。徹底したお客様サービスを続けていくうちに、いつしかお客様からはそう言われるようになりました。

社員の名刺には、「でんかのヤマグチはトンデ行きます」というモットーが書かれています。お客様に困りごとがあったら、1分でも早く駆けつけとことん手助けをする。その代わりに我々は家電販売店なので、家電を売らせていただく。

これが、ヤマグチの売り方です。

こうした姿勢を続けてきた結果、「ヤマグチさんの半分くらいで売っている店もあるけど、どうしてもここに頼んじゃうんだよな」と言ってくださるお客様が増えています。

価格ではなく、いわばサービスがヤマグチの生命線なのです。お客様もそこに期待してくれているのですから、しっかり応えなければいけません。

例えば、電池や電球といった販売価格の小さな商品ほど、早く届けるようにします。もし「何かのついでで構わないから、電池を持ってきてくれな

い？」という顧客からの電話があったら、営業担当者はピンときて、すぐに持っていかなければいけません。本当はすぐに欲しいのに、単価が低いから遠慮してそう言っている可能性があるからです。

私は究極的には「顧客がかゆくなる前にかいてあげる」くらいの気配りが必要だと思っています。例えば、電球が切れたときには、他の部屋は大丈夫かどうかをさりげなく調べる、といったことです。

気付きの力を養う「お客様にしたことシート」

顧客のかゆいところを察知するためには、何より気付きの力を養うことが必要です。

日ごろから気が利くかどうかなど、生まれつきの性格が左右するところもありますが、ある程度の接客力は日々の訓練で高められると思っています。

ヤマグチにとって営業担当者の接客力は、顧客からの信頼を獲得するうえで重要なカギ。このさらなる向上を図るために、ヤマグチで続けている取り組みがあります。

それは、「お客様にしたことシート」です。A4サイズの用紙の一番上に「今日の裏サービスは何をしましたか？」と書いてある、一種の日報です。営業部門はもちろん、配送部門や修理部門など、お客様と接する社員は毎日必ず記入します。「商談以外」で「お客さまに自発的にしてあげたこと」を書いて提出させるのです。

「お客様にしたことシート」。顧客に密着して尽くすのがヤマグチ流だ

例えば、ある日の営業1課の「お客様にしたことシート」には、「カギを落としたと電話が入り、

探してあげました」とあります。担当者に聞いてみると、営業の合間を縫ってお客様の自宅近辺で探したところ、道路脇の側溝に落ちていたのを見つけたそうです。

ほかにも「照明カバーの掃除」

「外灯の清掃」とあります。顧客宅の屋内外にある電灯を掃除してあげたのです。この掃除は定番の裏サービスです。

さらに「顧客が旅行中に郵便物を代わりに預かった」「雨どいを掃除した」「植木の枯れ枝を切った」「玄関ドアの不具合を修理した」など、いろいろな報告があります。

郵便物のお預かりなどは、長年のお付き合いで顧客との信頼関係ができていなくては、任せただけではありません。こうした裏サービスができて初めて、ヤマグチの社員として一人前と言えます。

このシートを使い始めたのは、サービスに対する社員の意識付けを高めるためでした。毎日書くことで、社員は商品売り込む以外に「何をすればお客様に喜んでいただけるのか」を自然と考えるようになるからです。

「お客様にしたことシート」を導入してから、社員の接客意識は見違えるように向上しました。たった1枚のシートがバツグンの効果を発揮するのです。

「顧客を喜ばせてから値段を上げる」のが鉄則

まず、顧客を喜ばせてから値段を上げるのが鉄則だと思います。顧客が満足しなければ、高い値段で買ってはくれません。だから顧客を喜ばせるサー

ビスは何かとあれこれと考えて、次々に実施していったのです。

顧客を喜ばせる仕組みをつくる。それから値上げをする。これが「高売り」の商売を続けるポイントです。

町田市の郊外にあるヤマグチの店舗、付近には多くの家電量販店がある

ヤマグチが日々実践している裏サービスは、いきなりやろうと思っても他の店はなかなかまねできないと思います。世の中には、価格を重視する顧客ばかりではない。呼べばトンデ来てくれる。自分のために尽くしてくれる。そんなサービスを求めるお客様は一定数いるのです。

価格は高いかもしれないけど、それだけしっかりサービスする。この営業方針を理解してくれるお客様と付き合っていく。私がやったことは決して難しいことではありません。ただ決めて、実行しただけ。誰にでもできることだと思います。

(この記事は日経BP社『なぜこの店では、テレビが2倍の値段でも売れるのか?』を基に再構成しました。

構成：荻島央江)

「でんかのヤマグチ」の高売りの極意が見えてくる1冊、そしてセミナー
※『なぜこの店では、テレビが2倍の値段でも売れるのか?』

山口勉社長の『なぜこの店では、テレビが2倍の値段でも売れるのか?』の発売を記念して、日経BP社では、実際にでんかのヤマグチを訪問するセミナーを開催します。山口社長はもとより、営業責任者、本店責任者から顧客の絞り込みやサービスのノウハウを具体的に聞くことができるチャンスです。

助成金・補助金

助成金・補助金を活用 攻めの経営で 業績アップ!

この欄は、大変有益なお話なのでリコーホームページから抜粋してお伝えしています。今回は4月中に締め切りの助成金を掲載しました。

◆中小企業施設設備復旧 支援事業費補助金(第3次)

【宮城県】2013年4月26日(金)17時まで 其他対象経費の1/2以内、限度額2,000万円

◆高付加価値化サポート 助成金(一般枠・わざづくり・ものづくり枠)

【新潟県】2013年4月26日(金)17時必着開発路其他対象経費の1/2~2/3以内、限度額1,000万円

◆平成25年度ゆめづくり助成金【新潟県】2013年04月26日(金)17時必着開発其他対象経費の1/2以内、限度額200万円

◆平成25年度「きょうと元気な地域づくり応援ファンド支援事業」【京都府】2013年04月19日(金)まで新事業其他対象経費の2/3以内、限度額300万円

◆東京都地域中小企業応援ファンド【東京都】2013年04月19日(金)17時まで新事業其他対象経費の1/2以内、限度額800万円

◆第91回(平成25年度第1次)新技術開発助成【全国】2013年04月20日(土)消印有効 開発対象経費の2/3以内、限度額2,000万円

◆平成25年度第1回 受注型中小製造業競争力強化支援事業助成金【東京都】2013年04月24日(水)まで其他対象経費の1/2以内、限度額1,500万円

◆「きょうと農商工連携応援ファンド支援事業」平成25年度実施事業【京都府】2013年04月26日(金)まで新事業 其他対象経費の2/3以内、限度額300万円

◆中小企業施設設備復旧支援事業費補助金(第3次)

【宮城県】2013年04月26日(金)17時まで 其他対象経費の1/2以内、限度額2,000万円

◆平成25年度地域商業等事業再開支援補助金

【宮城県】2013年04月26日(金)17時まで 其他対象経費の1/2以内、限度額300万円

◆平成25年度「東京都商店街パワーアップ基金事業」【東京都】2013年04月26日(金)まで新事業 其他対象経費の1/2以内、限度額2,000万円

401K DC 確定拠出制度関連 ニュース

平素よりDCプランへご協力・ご愛顧いただき誠にありがとうございます。引き続きDCプランの対象となる従業員様の転退職やお名前・ご住所の変更等につきましては、期限内【4月25日(木)まで】に事務局へ届くように速やかにお手続きいただきますようお願いいたします。

◎4月16日:掛け金変更明細書受領

◎4月19日:振替予定金額の入金

◎4月25日:加入資格得喪・事業主掛金変更等の帳票類提出期限(4月1日から4月30日までに入社予定の従業員の「加入者口座登録申込書」を提出してください。)

◎3月31日から4月29日付退職の従業員の加入者資格喪失届を提出してください。4月中の昇給等により従業員の総報酬やDC掛金月額算定基礎額が変更となった場合は事業主月額掛金変更申込書を提出してください。)

◎4月30日:掛け金拠出日(複写連がとりまとめて入金します)※会社の名称や住所が変更となった場合、国(厚生局)へ規約の変更申請を行わなければなりませんので、お早めにDCプラン事務局までご連絡ください。

4月下旬から大型連休(GW)となり、休日が多くなります。加入者資格取得や資格喪失等の手続きについては早めにご対応いただけますようお願いいたします。

※新入社員を迎える4月です!新たに複写DCプランに加入させるにあたり「加入者キット(有料)」や「加入者向けDVD(無料)」が必要な場合は、DCプラン事務局までご連絡ください。

※企業担当者(事業主)の方より加入者に対して「ホームページを必ずみる」ようご指導ください。

★DCプランは加入者が自己責任で資金を運用する制度です。

★加入者に制度を理解してもらう事が企業の役割であり、リスクを回避する最善の方法です。

日本複写産業協同組合連合会DCプラン事務局
Tel:03-5402-1089

所属員の動向

◆加入報告

平成25年4月1日
北海道複写産業協同組合山田修三理事長から下記組合員加入報告がありました。
(有)富士プリント、代表者名:代表取締役 藤井 誠氏
〒070-0024

旭川市東4条11丁目4番8号、
電話0166-22-2714
FAX:0166-22-0891

◆役員変更報告

平成25年4月1日
近畿複写産業協同組合 楠本雅一理事長から下記組合員代表者変更報告がありました。

◎2013年3月8日付

(株)双陽社
代表取締役:米本康平氏就任(前代表者:米本隆夫氏)
住所変更なし〒530-0003 大阪市北区堂島2-2-28

◎2013年4月付

(株)マルワ写真工業(株)
代表取締役:石塚小六氏就任(前代表松本文生氏は相談役就任)

複写連関連予定表

2013. 4. 10(水)
複写連事業推進委員会開催(複写連事務局)

2013. 4. 19(金)
PODテキスト出版社打合せ

2013. 5. 17(金)
福岡県複写産業(協)総会開催

2013. 5. 18(土)
東海複写産業(協)総会開催

2013. 5. 29(水)
複写連決算理事会開催

2013. 5. 29(水)
近畿複写産業協同組合創設

50周年記念行事出席
2013. 5. 31(金)

北海道複写産業(協)総会開催

2013. 6. 6(木)
アイエムエヌ(協)組合総会

2013. 6. 7(金)
JAGRA総会、名古屋

2013. 6. 13(木)
関東複写センター(協)総会

2013. 6. 27(木)
日本複写産業協同組合連合会理事会・総会