

誰でも使える マーケティング講座

第2回

読者のみなさま、いつも『遊文通信』をご愛読いただき誠にありがとうございます。

前号に引き続き、「マーケティングとは何か」についてみなさまと一緒に考えていきたいと思います。

NEWS LETTER 遊文通信

2015年5月発行

49

競合のない青い海で Happy Life!

■ブルーオーシャンを見つけ、 侵入不可能な防波堤を築くことができれば最強

これまで誰も見たことや体験したことがないものを多くの人に買ってもらえることができれば、「市場を創造した」と言えます。よく例に出るマーケティングの成功例は「アップル」です。Mac や ipad、iphone は顧客を創造しました。Mac はパソコンですが、パソコンと言えば、Windows のパソコンを指し、Mac をパソコンと言う人はいませんね。Windows のパソコンにもそれぞれに名前があるのですが、Mac ほどネームバリューはありません。iphone と「アンドロイド」も同様ですね。アンドロイド携帯を機種名で呼ぶ人は持ち主だけです。

アップルはまさに爆発的な人気製品を作ったことになります。アップルの製品は、道行く人の足を止めさせる力があります。

こうした商品を作ることができればそれだけで圧倒的な参入障壁と価格競争力を得られます。もちろん数年後には競合の模倣品が出てきたりしますが、当面は砂漠の真ん中で冷たい真水を売のようなもの。同様の事例は長い年月をかけて顧客の独自のビッグデータを構築することに成功したアマゾンですね。ビジネスとしては最強ですが、もちろん簡単なことではありません。そこで、もう少しハードルを下げて、コミュニケーション相手（お客様）を作る方法を考えてみます。

その方法は、「なんとなく想像がつくけど、体験したことがない」。

定型的な人気商品は、「ガリガリ君」です。ソーダ、チョコは当たり前として、シチューにナポリタンなどがあります。シチューもナポリタンも味はわかります。しかし、アイスになったらどんな食感になるのか？ これは興味をそそりますね。

ヒット商品は定番でOK。お客様とのコミュニケーションのために、赤城乳業株式会社は新商品を投入していると言えます。

コミュニケーションのポイントは、わかりそうでわからない。そう、「ミステリー」です。

■ミステリーをコミュニケーションのテコにする

コミュニケーションのポイントは、ミステリーだと言いました。

得体のしれない人はミステリーですが、怖くて近寄ることができません。また、裏表がない人は面白みに欠けます。ということで、だいたいわかるけど、少し気になる点があるという人が人気を集めるのです。

もうひとつ、ミステリーをテコにする方法が、「常識と逆のメッセージを出す」ということです。ここはビジネスに限らず、プライベートでも重要です。

私の友人の営業コンサルタントは「サイレントセールス」なるものを提唱しています。つまり、「話さない営業」です。通常、営業力を磨こうと思えば、話術のトレーニングをします。彼の場合は逆に話さずに売る方法を研究します。内容は企業秘密でお伝えできませんが、ミステリーではないですか？

「ロベタ営業マンのための」と題したセミナーは大人気です。

■マーケティングを通して、あなたの仕事を振り返る

マーケティングはコミュニケーションであり、新しいコミュニケーション相手を創り出すためにミステリーが重要だと話をしてきました。

そこで、あなたの仕事とプライベートを振り返っていただきたいと思います。

あなたの仕事はコミュニケーションを通じたマーケティング活動になっているでしょうか？ 商品開発だけではなくありません。上司や部下との仕事でも、あなたとの仕事に興味を持ってもらえるように意識をすれば、断然と仕事はうまくいきます。

また、身の回りにあるツールはコミュニケーションを意識したものでしょうか？ 名刺は名前と連絡先を伝えるだけのものではありません。封筒は書類を入れるだけのものでもありません。受け取る側とのコミュニケーションを意識すれば、面白いアイデアが出てくると思います。

マーケティングはコミュニケーションです。そして、コミュニケーションの目的は、自分と相手がハッピーになることです。ぜひ、コミュニケーションを通じて、ハッピーなビジネススタイル、ライフスタイルを創造していただきたいと思います。

(Mr. トップセールス)

次号を
お楽しみに！



遊文舎の おしごと

第5弾

製版課のご紹介

Member



あまり聞き慣れない言葉「製版」についてご紹介いたします。

製版はプリプレス（WIN/MAC/IT）とプレス（印刷／製本）の中継地です。

遊文舎のメイン商材である紙媒体のすべての仕事が製版を通過していきます。このめまぐるしい部署を、現在4人のメンバーで担当しています。

主な仕事は次の4種類に区別する事ができます。

■ 面付・刷版出力業務

面付とは、印刷後の折りや綴じに
応じて頁を配置することです。

製版では、制作から降ろされた出力用のPDFを印刷機に合わせた形で面付し、その面付されたデータを刷版（印刷機にセットする版）に出力します。カラー印刷なら、色の4原色（C（青）/M（赤）/Y（黄）/K（黒））に分版されます。

繁忙期には1日300版強も出力しますが、最新のオートローダー（版出力器）により、露光中のプレート供給や、長時間連続運転が可能となったので、効率が大変アップしました。



■ 画像処理業務

画像処理はデジタルカメラで撮影された写真データを印刷に適した写真に変換処理することと、プリントなどで入稿された写真をスキャンして印刷用の画像データにする作業です。

入稿データは通常、光の3原色（R（赤）/G（緑）/B（黒））なので、印刷するためには色の4原色に変換する必要があります。この際に、いかにもとのイメージを再現するかトレースの感性にかかっています。弊社ではC-Fitというデジタル画像を自動処理するシステムも導入しています。



■ データ入稿処理業務

データ入稿処理はお客様が作成した様々な種類のデータを印刷用に最適なデータに変換する作業です。

昨今、ワードやエクセル等のオフィスアプリで作られたデータ、DTPアプリのイラストレーター等で作られたデータ、簡易版で書きだされたPDFも多数入稿します。

フォントが化けたり消えたり、事故の可能性は枚挙にいとまがないなかで、プロのスキルを要求されています。



■ オンデマンド機での出力業務

オンデマンド出力はフジゼロックス製のカラーあるいはモノクロのプロダクション機を使って製品用の印刷物をプリントする作業です。

近年のオンデマンド機は再現性も非常に良く、オフセット印刷と比べても全く遜色がありません。好みによりますが、印刷よりこちらのほうがクリアだと言われる場合もあります。小部数ならコスト・スピードにおいても優位です。

また、ハガキの宛名印刷やナンバリングなどの仕事も増えてきています。



—先進のシステムで成功

その他、特筆すべき事柄といえば、2013年12月から導入したFFGSのサーマルCTPシステムです。

刷版を現像せず、印刷機にセットし印刷機上で現像がされるというものです。現像液・定着液をいっさい使わず、湿し水という印刷機で以前より使っていた溶液で現像されるシステムです。

環境への配慮はもちろん、コスト・スピード面でも大きな効果をあげることができました。

全国的にもまだ導入が少ないなかで、先進成功例として、会社見学や印刷機材展などメディアにとりあげられ、ちょっと気恥ずかしいくらいです。

今後も先を見据え、よりお客様に喜んで頂ける会社になる為に、先進技術を導入して研鑽していきたいと思っています。

（製版課 風帆）

● 編集後記 ●

「製版」読んで字の如く、「版」を「製」造する課です。印刷営業をするまでは、印刷機に版を使用するなんて知りませんでした。そして実は製版課は、データ処理・刷版出力・オンデマンド出力など（ご紹介の通り）一番作業項目が多いような気がします。デジタル化が進む一方、画像処理などはまだまだ人の目に頼らざるを得ない仕事です。空の写真から雲を消したり、明る過ぎる色を調整したり…すごい技術にいつも尊敬します。

（ばっしー）