

遊文通信

2022.Feb

今回の遊文通信は…

- 遊文舎とともに成長してきた30年
定年を迎える坂根部長に聞く



遊文舎とともに成長してきた30年 定年を迎える坂根部長に聞く

『遊文通信』をいつもご愛読いただき誠にありがとうございます。遊文舎の営業部長、坂根隆志が2022年2月20日をもって定年退職となります。遊文舎の販売チャンネルは大阪本社、東京支店（水道橋）、インターネット（.com サイト・コーポレートサイト）、東京多摩地区（グループ会社 DAI プランニング）、京都（グループ会社双林）の5拠点です。そのすべてを統括し、全体として収益化するという営業部長のミッション、その重責を長年担ってくれました。後輩にあたる大阪本社営業メンバーが、坂根部長の経験知を教訓化すべくインタビューしました。

大阪本社 営業部長 坂根隆志 ▶



Q 坂根部長、本当におつかれさまでした。定年まであと2カ月に迫って、今の率直な感想をお聞かせください。

坂根 管理職になって20年近くやってきたわけなので、重責から解放される意味でほっとしているところがありますね。管理職としてだけでなくプレイングマネージャーとしても第一線と並行してやってきて、常に数字に対する緊張感を保ってやってきました。それなりに結果を残せた自負もあります。その張り詰めたところが無くなるのが寂しいことでもあります。それよりも今は何故か安堵感の方が大きいのが実感です。

Q なるほど。私たちは今まさに緊張感の真ただ中ですが、お気持ちわかる気がします。遊文舎との出会い、どのようなきっかけで遊文舎に入社されたのか、経緯を教えてください。

坂根 もともと私は別の印刷会社で、印刷のオペレーターとか製本とか現場を10年やっていましたが、人好きのする性格だったこともあり、営業のほうに興味がありました。その会社は媒体としてチラシしか扱ってなかったんで、将来の事も考えて別の媒体とか扱ってる印刷会社で営業にチャレンジしてみたい、結果を肌

で感じたい、そんな仕事があったと思います。

で、求人誌などで探していたところ、当時、木原印刷という社名だったんですけど目に留まって。当時、まだ珍しかった週休2日制に取り組んでいて、工程管理とかも割としっかりしていそうだし、先代の会長とか専務とかもアットホームな感じで、いろいろ面接うけた中で、この会社かなって思いました。当時、社員も25人いるかいないかぐらいだったんですが、まだまだ伸びそうな雰囲気もあってやるならこの会社かなって思いました。もう30年以上前の話です。

Q そうですか。入社されているいろいろ営業の経験された中で、お客様と坂根部長は本当にすごく良好な関係を築かれていたと思うんですけど、それを維持するために特に気を付けていたこととかっていうのはありますか。

坂根 基本的にはお客様のご要望に応えるように。それが金額なのか、デザイン・品質なのか、また果たして他の提案なのかに応えられるように、いろいろ考えて顧客目線、お客様の仕事に興味を持って誠実にやってきたかなとは思いますが、当たり前ですけど、30年前って印

刷の仕事の種類は山ほどあったんで、自分のようなスタイルの営業パーソンは少なかったように思います。当時の営業は手配師みたいな人がほとんどでしたね。その提案スタイルを求めてくださるお客様に多く恵まれた。木原印刷はそういうお客様と多くの縁をもっていたという事も言えますね。できないことはできないと、できることはできると、いずれにしても全力投球、そんな感じで。

Q なるほど。「正直に誠実に」っていう。

坂根 「正直に誠実に」っていうのは、長いことやってたら、それが一番重要だと思いますね。変に駆け引きしたりとか、そういうことよりも。僕らの仕事ってお客様と担当者って何十年の付き合いになるじゃないですか。大手さんのように3年位で担当がころころ変わるわけじゃない。その分ごまかしが利かないのでいい加減さっていうのは必ず見抜かれると思います。そこは後進の皆に伝えたいですね。

Q われわれの仕事は完成された商品を売るのではなく、形のないものをお客様と一緒に創ってゆく部分が多いので、単純な好き嫌い、合う合わないも含めてその部分はとても大事ですね。



▲ インタビュー風景
左から、業務部長 西澤、営業部マネージャー 和田

坂根 自社の強みとかもありますけどね。ゼロ回答ではなく、それプラスアルファ。何ていうか、「もうできません」とは言わないような。何とかいろいろ考えて提案するように。そうしたら、お客様にもやっぱり伝わると思っています。お客様に役に立つことと、会社に利益を残すこと、この両立が果たせた時が一番やりがいを感じる時ですね。

Q やりがいを感じる瞬間、わかります。逆に印象に残る大きな失敗談とかはありますか。

坂根 この仕事は一つひとつがオリジナル工程ですので、失敗談は結構あるんですけど。今でも一番印象に残ってるのが、200 ページぐらいの冊子を 1 万 3500 冊納品したことがあります。実際、10 トントラックぐらいで納品に行ったんですけど。そこで、表紙に PP 加工がされてないというのが判明しまして、お客様が「こんなは受け取れない」ということで、そのままトラックを木原印刷へ戻してくれてという話があったんです。会社も戻ってきて、荷物置かれへんみたいなことになって、その荷物をどこへやったらいいのかっていうので、右往左往。

その表紙を、もう一度、印刷・加工し直して、表紙だけ付け替えてやる作業を、短納期でどうしてもやらないといけない。いろんな製本会社に何社も電話したりして、もうバタバタ、お願いしたんですけど、断られるわね、時間ないから。結局、本当に昔からお付き合いある製本会社の社長が「何とかしたる」という話で。それは木原会長を通して話していただいて、短時間で何とか間に合わせてもらって何とかなったという。これが今でも忘れられへん失敗で、一番青ざめた。20 年前位かな。

多くの工程で関わる人が多くいて、そのほんの一か所でもミスがある場合によっては大変なことになる。紙製品なので、作り直しは大損害につながる。仕事は当然完璧を目指すけど、万一ミスが発覚した際に、それをある程度ご理解いただけるお客様との信頼関係、助けてくれる仲間との関係性を普段から意識しておかないと長くやっていけない仕事だと思います。

Q デジタル技術が進化しても製造工

程のイノベーションが進んでも、アナログのつながりが一番大事ですよ。お客様の頭の中のご要望を形にするわけですから、そこはデジタル化できないですよ。そこで、坂根部長から見て、この印刷業界の現在から今後の変化っていうのはどのように感じられていますか。特に、今アフターコロナが変化に加速をつけているように感じますが。

坂根 私も遊文舎で 30 年、その前も 10 年ぐらいずっと印刷業界でやってきてるわけで、世の中の動きに、情報産業などで敏感に反応して、業態がそれに合わせて変わってきてるっていうのはすごく感じてきましたし、アナログがデジタルになったところも体験しています。その間、付いていけない印刷会社なんかはつぶれたりとか、製版会社とか、自身の工程そのものがなくなったりした業界もたくさんありますよね。

コロナで大きな変化とか DX とか言いますが、デジタル化っていうのは 20 年以上前から進みだして、例えば WEB チラシとか電子教材なんてのも昔からずっとあったわけで。もし紙媒体の優位性がそもそもないなら、コロナに関係なくとくに印刷産業は成立しなくなっていたわけでしょう？ コロナで紙が無くなるというような極論は、参考程度に聞いてけばいいんじゃないかと思えます。重要なのは、お客様のニーズ。そのまた先のお客様のニーズ。あくまでも情報伝達の最適化がもめられるので、それが紙であろうと電子であろうと、世の中の最先端に常にキャッチアップすることではないかなと思えます。

そういう局面に、遊文舎は割とアンテナをずっと常に張って、早め早めに対応して変化に付いてきたと思えますけど。今、どんどんもうネット社会になって、いろんな印刷物、印刷媒体も減ったりしてますけど、違う形で残るのは残りますし、アプリや媒体とかにも遊文舎は取り組んでるんで、今後もそういうのをアンテナ張ってうまくやっていけたらいいかな、と思えますけど。

Q なるほど。その延長で、今後の遊文舎について、もう少し具体的に、坂根部長から見てどうなっていくと考えておられますか？

坂根 今もちょっと言ったように、そういう変化に付いていくんじゃないかっていう気はしますね。例えば新規開拓なども、3 年前から MA (マーケティングオートメーション = AI を活用した WEB 上の自動集客システム) を活用した集客に本格的に取り組んで、営業が昔は飛び込みやったり、ビラ配ったりしてましたけど、もうネットでほとんど集客の形ができてきてる。そういうのも、全然、正解ですよ。それに伴って営業のスタンスって

いうのが変わってきている。問い合わせが来た案件を、確実に仕事として取っていくみたいな営業力も、今後もっと要るだろうし、そういう形にはなっているとありますね。新規の集客は効率よく WEB で、そのクロージングと既存深耕を営業パーソンでと、バランスの良いフォーメーションになっていて、現に売り上げも伸びてる、客数も増えてる。大枠の方針は今の踏襲でいいんじゃないかと思えます。

今、営業や各現場も、若手が結構増えてきて、若返りというか世代交代になってきてるんですけど、その人らが成長するのと一緒に、同時に、人が育ったら会社自体も必ず育って、売り上げも伸びていくと思うんです。だから、社員と一緒に成長していける会社じゃないかなと、そのように思っています。

Q ありがとうございます。じゃ、最後に、この『遊文通信』の読者の皆さまに、メッセージがあれば、お願いします。

坂根 私が担当させていただいてない得意先様も多々ありますけど、いつも遊文舎をごひいきいただいてありがとうございます。長い間、いろいろ担当させていただきましたが、本当に、お客様のみなさんのおかげで定年を無事に迎えることができました。もちろん、スタッフのみんなにも感謝したいですし、もうすべて感謝の一言でしかありません。

私も、また別の形で遊文舎と共に仕事をやっていきますので、一緒に発展できたらと思います。また、お客様の発展と同時に遊文舎もそれに付いていきますので、今後も変わりなく、お付き合いいただけたらと思います。

Q ありがとうございます。本当に長い間お疲れ様でした。これからもよろしくお願いします。

坂根 ありがとうございます。

▼ 大阪本社、企画営業部メンバー



坂根隆志は定年退職後も遊文舎の顧問として後進の育成にあたります。一部のお客様の法人営業も引き続き担当いたします。並行して、将来の自身の夢に向かって新事業に取り組みます。坂根隆志と遊文舎を今後ともどうぞよろしく願い申し上げます。

(遊文舎営業チーム一同)