85th ありがとう
おかげ様で、創業85年
2月号
月刊
商売繁盛のツボ
いつもありがとうございます！
晃南印刷 オリジナルキャラクター
本誌は、いつもお世話になっているクライアント様、名刺交換をさせて頂きました皆様にお送りしております。
発行：晃南印刷株式会社・DICアルファ 〒322-0025 栃木県鹿沼市緑町3-8-33
会社案内

売上げUP↗ 販売促進

大学・高校の就職課スタッフの「手持ちカード」に入る方法 採用向けプレスリリースDM「Campress」

スカイプレジャー株式会社 専務取締役
石橋 拓也（いしばし たくや）
中小企業のブランディングと販促の支援を行っている専門家。東邦大学非常勤講師。著書に「販促の反則技33」。

集客と並んで最近ご相談いただくことが多いのは採用でのお悩みです。売り手市場、人口減少、働き方改革……どれも、中小企業における採用市場にとっては逆風になります。先日、鉄鋼業のお客様から聞いた話ですが、高校の就職担当の先生にご挨拶に伺ったところ「まぁ今は、学生は工場とか行きたがらないからねえ」と、半ば門前払いのような対応をされてしまったとのこと。

もちろん工場が学生に人気がないのは百も承知ではあったものの、先生が学生に案内すらしようとしないのでは、勝負の土台にも立てないわけです。そこで、こういったケースに突破口を開けないかと考えたのが、「就職課の先生に対してプレスリリースを送る」という手法です。専門学校や高校、専門性の高い学部・学科などでは、一般の総合大学と比べ、独自で就職活動をするケースが少ない傾向にあります。

特に、専門学校生・高校生は、就職活動のほとんどを学校の支援を受けながら進めていきます。高校生の就活に至っては（家業や知人といったケースを除けば）ほぼ100%が制度的に就職担当からの紹介を経て就職するというルートを辿ることとなります。

つまり、それらの担当者にとって「紹介したい企業」になることが、採用攻略のカギであると言えるでしょう。

ただ、就職課やキャリアセンターには毎日のようにたくさんの求人票が届き、ファイリングされている数は数千にものぼるそうです。

そんな彼らから「紹介」を獲得するには、まずは認知され、そして興味を持ってもらい、共感を得るというプロセスをたどる必要があるわけです。

この仕組みは、記者にプレスリリースを送って記者の目に留まり、メディアから取材を獲得する「PR」の手法によく似ています。

就職課向けプレスリリース「Campress」は、自社の取り組みや実績、スタッフインタビューなどをそれぞれ1枚のプレスリリースとしてまとめ、求人票と一緒にDMとして郵送するものです。

一度では効果がないかもしれませんが、二度、三度と繰り返していくことで、確実性の高い認知と興味喚起を獲得できます。

コストダウン↘ 経費削減

週1より毎日おこなうメリット

株式会社しくみカイゼン研究所 代表取締役
若井 吉樹（わかい よしき）
中小企業を中心に儲かるしくみ改善のコンサルを行なう。「世界一わかりやすいコスト削減の授業」など著書多数。

毎日おこなうのは、面倒だから、大変だから、非効率だから、週1回で済ませようということはありませんか。

たとえば上司に報告するレポートには頻度によって週報と日報があります。

私のサラリーマン時代は週報。

月曜日午前中に書きましたが、前週の出来事を思い出すのに時間が掛かり、1週間の出来事を全て書くと膨大な量になるので何を書くか取捨選択していると意外に時間がかかります。

1時間以上かけることもありましたが、週1回だから仕方ないと誰も異論を唱えません。

上司のチェックが入り書き直しになるとさらに時間をかけていました。

これが日報になれば毎朝もしくは退社前に作成します。

時間を掛け過ぎると1週間で、週報に費やす時間以上になります。

費やす時間からすると週報の方がいい、と考える人も多いのではないでしょうか。

しかし、毎日毎日繰り返し日報を書いていると次のような疑問が出てきます。

そもそも上司にレポートを書く目的は何か。

最低限何を書くべきか。ムダなことは書かないようにしよう。

これはレポートに限らず、倉庫の入出庫作業や生産現場の作業でも同じ。

毎日は面倒だから週1でまとめてやってしまおう、ということが必ずあります。

週1回であればそこにどんなムダがあっても「週1回のことだからまあいいや」となりがち。

しかし、毎日のことになると「まあいいや」にはなりません。もっといいやり方はないか考える人が出てきます。みなさんの会社の週1回やっていることを毎日繰り返すやり方に変えてみませんか。

社長向けに「利益を生みだすカイゼンのポイント」をまとめた小冊子が出来上がりました。

ご希望の方は03-3449-7358に住所・会社名・氏名と共に小冊子希望とお伝えください。

集客力↗ WEB販促

昨年の振り返り。先進的なマーケティングと本質的な重要性が問われた1年を活かす

株式会社スマートアレック 代表取締役
河井 大志（かわい だいし）
WEBマーケティングディレクター。著書に「SEO対策 検索上位サイトの法則52」他がある。

昨年はWEB業界を中心としたビジネスの在り方が大きく変わる起点となるような1年でした。

月額課金制で収益をあげるサブスクリプション、AIの進化、5Gの出現など、今までなかった先進的なものが出現したり、サブスクリプションのように今まであったものが、WEBと絡めて、より魅力的になりました。

このような進歩は毎年当たり前のように出てきて、一部は長期的に利用され、その一方で将来的には跡形もなくなってしまっているものもあるでしょう。

しかし忘れてはならない本質的な部分も、昨年は重要になったと思っております。

「そのビジネスをしている背景」「その会社を運営している根本的な理由」「その業界での信頼性や権威性」など、そのような本質的な部分が今まで以上に問われた年だったかなと思います。

WEB広告は色んなところで見かけるようになり、一度サイトを訪れるとそのサイトの広告が繰り返し配信され、インスタグラマーはお金をもらい商品情報を拡散し、さらに検索エンジンでは似たようなサイトが多く表示され、一般ユーザーは情報の精査を今まで以上に求められるようになりました。

そのような背景から検索エンジンでは「権威性や信頼性」などが重要視されたアルゴリズムに強化され、ユーザー自身も「このインスタグラマーがどういう背景でこのアカウントをしているのか」「このブログ運営者はどういう人なのか」「この企業はどういう強みがあり歴史があって今に至るのか」を、見極めるようになりました。

しかしこのような傾向は昨年だけではなく、ずっと昔からあるものです。ですがテレビ広告や雑誌広告が出てきて、そのあとユーザーにカスタマイズされたインターネット広告が出現し、「何となく買っていた時代」が長く続いていたのは事実です。それが一昨年くらいから少しずつ変わり、今年は本格的にこの本質的な部分をユーザー自身が気にかけたように思います。

本質的な部分は過去から変わりないものなので、このような流れになってしまった以上、廃れることはないと思っております。今年はより一層「インターネットを利用した本質的な集客」を意識する必要が出てくると思います。

印刷力↗ 印刷

正しい印刷物の作り方 ～製造業編～

感動会社楽通 代表
田村 慎太郎（たむら しんたろう）
自らも印刷物でお客様を元気にし、印刷業界を元気にするための支援活動を行なう。全国で講演活動を展開中。

前回から業種別で正しい印刷物の作り方をお伝えしてきました。第2回は製造業編です。

今までは製造業というと決まったお客様から安定した仕事を依頼されて、それをそつなく生産して納期通りに納品すればよかったので、あまり印刷物を作成するということがありませんでした。しかし最近は製造業でもパンフレットやホームページなど自社を紹介するツールを作成する企業が増えています。理由は大きく2つあります。

一つは求人対策です。今、全国的に求人難で大手から中小企業まで社員の採用に苦労しています。

そこで少しでも自社の事を知ってもらうために会社案内はもちろん、今では求人専用のパンフレットまで作成して、学生や働きたいと思っている人に渡しています。もう一つは、新規顧客獲得のためです。今までの下請けだけの受注では価格競争に巻き込まれたり、元請けの工場が撤退するようなリスクがあるので、それを少しでも回避する為に自社で直接受注できる体制を模索しています。

新規獲得のために自社製品や技術を開発して、その商品を紹介するチラシ、パンフレットなどを作成して展示会に出展して、多くの人に自社商品をＰＲする企業も増えています。印刷物以外にも動画や展示会のブースなど、少しでも新製品をよく見せて1人でも多くの方に知ってもらい、使ってもらえるように試行錯誤しています。

いくらいい製品を開発しても、それを知ってもらわないと注文はいつまでたっても来ません。

また、ただ製品を紹介するだけの印刷物を作っても効果が無く、最近はいかにその製品を作るのに苦労をしたか？とかここがすごい技術だというストーリー性が受注するためには必要となっています。

また売れなくてもいいから話題になる、そんな技術の推移を結集した製品を作ってＰＲしたりすることも、マスコミに取り上げられたり話題になるので今は必要な試みになります。

どんどん自社のことを紹介できるツールを作って行きましょう。

★弊社ホームページより「商売繁盛のツボ」と別紙「校正ノート」のバックナンバーをご覧頂き、お役に立てましたら幸いです。https://ko-nan.co.jp/

今月の…
晃南印刷
最新NEWS!

Web Service
ウェブによる情報発信 Web Service

「Webに関するお悩み解決」のお手伝い。
ホームページの制作・リニューアルは晃南印刷へ。
Webによる情報発信サービス

Webサイト構築
コンテンツ企画、制作
ネットワークサポート

こんなお客様へのお手伝い!!

ホームページを持っていないお客様	今までは必要性を感じていなかった／興味がなかった／Webが分からない
ホームページを持っているお客様	とりあえず作ってしまった／分かる人がいない／うまく運用されていない

悩んだら、まずは晃南印刷へご相談ください。

お問い合わせはお氣軽に。 ☎0289-62-4141 ✉clue@ko-nan.co.jp

今後、本誌が不要な場合は、お手数ですが会社名・FAX番号を明記の上ご返信ください。 FAX 0289-62-2952
会社名・団体名（　　）
FAX番号（　　）□今後は不要

SINCE 1934
売れる広告・デザイン 販促商社 栃木県フロンティア認証企業
晃南印刷株式会社

デザイン・プロジェクト DICアルファ
●企業PR支援事業
Design and Information for marketing and Communication