

グラフィック業界における不思議と一步先を  
考えるには。

株式会社アイソトープ・テクノロジー  
代表取締役 竹内 登  
n.takeuchi@itec-pro.co.jp



## 1. はじめに

本年度開始となった1月以降の社会情勢の変化、つまり不況により、私達の活動している、グラフィック業界全体(デザイン、DTP、製版、印刷etc)においても、厳しい環境下になってきている事は、皆さまも含め、実感として感じておられると思います。

ここを「チャンス」と捉えるか「ピンチ」と捉えるか。

既にご来場の皆さまにおかれましては、様々な対応をされてきていると思いますが、今回セミナーの最後でお話させて頂く事は、先にお話し頂きました、人材の問題、生産性向上に関する問題といった明確な事例ではなく、この先に対して、日々市場を歩いている一人の営業が感じていること。また、お客様が実際に活動し始めていること、お客様から感じ取れることを生意気ながらお話させて頂こうと考えております。

既に、全ての事に対して対応を開始されている会社様にとっては、退屈な時間となってしまうかもしれませんが、何か一つでも、小さなキッカケになれば良いかな?と考えております。

最後まで何卒宜しくお願いいたします。



## 2. 不思議????

### 原価計算・納期・品質・精度を本当に考えていますか？

原価計算していない又は最初から赤字になるのに、なぜ仕事を受注するのですか？

自社で受注したら赤字になる商品をなぜ協力会社に出して、しかも自社では利益を得ている。なぜ、受注できるのか？問題が発生しないのですか？

納期を短くして、事故が発生した場合になぜ、多くは最後に作業した会社なのですか????

何故、二言目には、他にもやる会社はいっぱいある。というのですか？

安い安いと安いを売りにしていますが、品質保持するために必要な費用は計算しないのですか？

見積りは作業終了後に提出する。または、クライアントから、金額指定がある??

### どうやって会社は利益を生み、私達は給与を得るのですか？



## 2 - 1 . その結果

### 営業会議・進行会議・対策会議と会議という打ち合わせ多くないですか？

仕事をして利益が出てこない

事故の請求は簡単に言うけど、事故の責任はそっちの検査もれもあるのでは？

また、大きな会社は協力会社に対して無理難題を軽く言ってきます。

協力会社が協力してくれた結果、今の商品が出来ているという考えは無いのでしょうか？

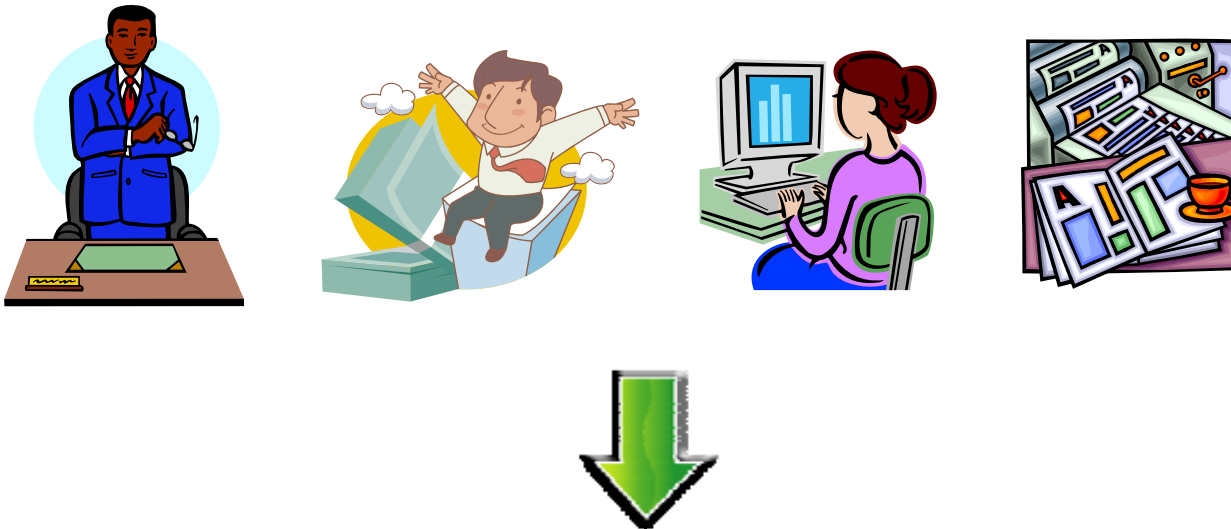
他にも、仕事を出来る会社はいっぱいあると言いますが、本当に、どこの会社でも出来る仕事ですか？



このような「不思議」に思える点はなぜ発生するのか？

### 3. 今考えなくてはならない事

**役職・職種・立場・状況に最適な考え方をしていますか？**



今考えなくてはならない事。考える人の立ち位置によりこれは大きく変化してきます。  
全てを理解することは無理である。  
しかし、理解しようとしなない場合に、理解することは不可能である。

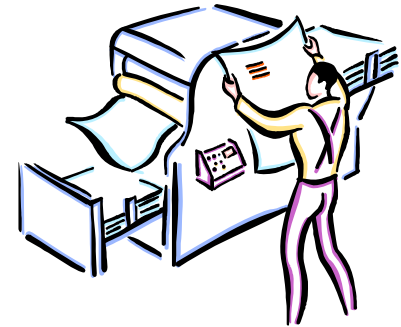
## 4. 天動説と地動説

「差」「違い」があるということは既に、皆さまもご理解されていると思います。  
つまり、物事に対しての見方、考え方、受け方に大きな「差」があるということになります。  
業務改善も同様です。  
現状流している処理の仕方 = 絶対に正しいということ考えてしまう場合も多々あります。  
天気予報を例にとりますと、  
晴れ100%と言いながら雨が降る場合もあります。  
その時に、傘をさす。  
雨宿りする。という行為で対応すると思います。  
しかし、これに怒る方もいらっしゃいます。だから気象庁は、梅雨明け宣言をしなくなるのです。  
見方を変え考え方を換え、立場を変え、全てに疑問(不思議)を持ち、判断し、対応していく。

これにより、事故の発生率、生産性の向上、は大きく変わってきます。  
ここを「チャンス」とみるか「ピンチ」とみるかが分かれ目になるのです。



## 5. 設備投資型から人材投資型



### 設備投資型産業の崩壊と差別化

機械ではなく人による効率化

購入した機器をどのようにして使っていかただけではなく、受注した仕事に対して、持っている設備をどのように使い、ソフトをどのように組み合わせれば、一番早く、的確に、正しい処理が可能か？

作成したデータの二次利用を考えたデータ生成方式の確立

業界の大きな改革は機械が行ったのではなく、人が考えて対応した結果。この先は人への投資が一番の差別化につながってくると思います。



生産性を向上させるのも、安全性を向上させるのも、「人」により大きく変化する

## 7. 価値観と差別化

経営者の考える良い会社と従業員の考える良い会社には差(違い)がある  
ということです。では、クライアントから見た場合はいかがでしょうか？



品質は良く、納期は守る。  
だけど少し価格が高い

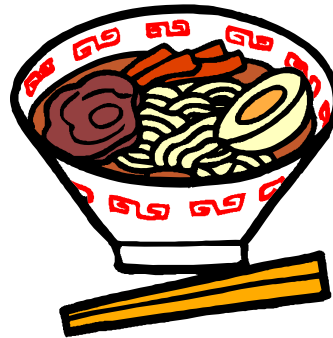
品質は良く、納期は守る。  
それは当たり前なので価格  
は統一



クライアント側と作業を行う会社側で差別化するポイント、価値観を同一にしないと、業務改善は行われな

## 8. 究極の差別化

商品の特長を双方で理解し、商品価値を明確にする



ラーメンとチャーシューメンの違いを理解できなくては、価値判断できません。



究極の差別化は仕事の発注者、受注社の双方で事前に「打ち合わせ」や「話し合い」をすることで構築できる。  
「交渉」こそ究極の差別化。

## 9. 変わらないと設備投資

### 設備投資以外に見えるピンチとは？

機械及びアプリケーションの新しい機能を理解しなくなる事です。

例 >

前のVerではキッチンと出力できた  
昔の機械では問題無かった。

つまり使うための、指示書が無くなったということです。



**結果、メーカーを怒鳴り付け、対策を考えさせ、報告書と言う指示書をもらう。  
キッチンと対応できるか否か？こそが「差別化」であり、「特長」なのです。**

## 10 . Change the Next

これまでに、価値観の違いや、ピンチの信号の見方？不思議な事を述べてきました。そこで、そのような状況において、付加価値を出し、次の一步を考えているお話です。

<組版会社 Web制作 ビデオ、映像制作 デジタルサイネージ>

写研からDTPへ。そしてWebへと展開し、Webから映像制作迄行うようになりました。そこで、電子看板デジタルサイネージへの展開を考えます。

Webで培った技術はサイネージでも適応可能。

差別化

歩いている人の足を止めさせる広告と広告を見たくて見ている人の欲求は違う。

ここを理解して、作成していく。

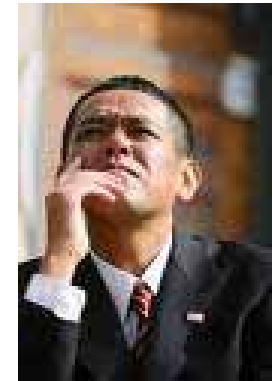
<PC機器販売会社 各種通信関係対応 アプリケーション開発>

偉そうに言えませんが、私たちの事です。私たちは元々Mac機器販売が中心でした。

そこから各種通信インフラ設備、Network関連を業務とし、現在はアプリケーション開発を行っております。

<差別化>

開発会社と販売会社の二面性を持つことで、よりお客様に深く接することが出来、お客様の声をより吸収することが出来てきました。



## 10 . Change!!

< デザイン資材販売 出力センター 仕事集約型企业 >

この考え方は全て1社で行うのではなく、仕事を回していく。

その為にブレーンをいかに集め、そして、そのブレーンの持つ技量を高めていくか？

ここを考えて活動しています。ブローカーのように聞こえるかもしれませんが、単なるブローカーではありません。

他にも様々に変革を考え、実践されている企業は有ると思います。

つまり、一歩先に足を踏み出すために、今の状況を見直し、振り返り、業務に対して、今一度考え直す事が必要であると思います。

iPhoneアプリもWeb制作も、サイネージもe-bookも、決して難しい内容ではありません。

達成させる為に、どれだけ考えて、努力したか。

これは不変なんですから。



## 11. まとめ

長々と話しましたが、ピンチをチャンスにと考えた場合に相手が何を考え、どう動こうとしているのか？を考える事が、必要と考えています。

また物事を見る角度を変えると、違う見え方をしてきます。

隣の芝生が気になることはしょうがないと思いますが、もう一回自社を見直ししてみても如何でしょうか？

特に、レトロ主義に向かっている企業は要注意と感じております。

また新しいことに向かう企業も全てが順風満帆ではありません。

弊社でも一年の期間に5人の退職者を出しました。

でも、リストラは人をやめさせることではなく企業再生であると考えております。

グラフィック業界は不思議な業界です。

でも、縁あっていまこの業界にいるのですから、仕事を楽しみましょう。

もっともっと楽しく仕事をする事で、自社が自然にChangeしているかもしれません。



---

貴重なお時間のご清聴、誠にありがとうございました。