

設備投資から人財投資への転換

—顧客の課題解決に応えるサービスを提供する人財育成—

株式会社アサヒコミュニケーションズ

田沢 誠氏 管理部 総務人事課

市川 雅幸氏 営業部 ソリューショングループ マネージャー

2つの資格で顧客対応力を強化

—市川さんがDTPエキスパート資格を取られた動機はどのようなことですか。

市川 DTP エキスパートを2004年に、クロスメディアエキスパートを2011年に取得しました。お客様と対面する中で、メディアに関する深い知識を持っていたほうが、お客様に質の高いサポートを提供できるということがまず挙げられます。例えばDTPや印刷に関するフローやWebに関するフローを学ぶことで、各工程の理解を深められれば、さまざまな角度からの提案が可能となり、提案の質が上がるということです。

社内ではよく勉強会を行っており、資格の取得を目指そうという取り組みがあります。DTPエキスパートに関しては毎週土曜日、外部講師を招き、みんなが受験して合格を目指そうと取り組みました。営業メンバーは、ほぼ全員自ら積極的に参加しました。受験費も全て会社で負担してもらいました。

—営業の方から見て課題制作はいかがですか。

市川 かなりきつかったです。営業から戻った後に社内の空いているMacを借りて、毎日1~2時間、隣で実業務をやっている同僚からアドバイスをもらいながら取り組みました。課題をデータとして作るだけなら、それほど大変とは思いませんが、制作指示書と作品データとの整合性に配慮する点が大変でした。

—資格を取得されてからのコミュニケーションの変化はありますか。

市川 もちろんありました。お客様からの修正指示も、「これ明日までお願い」と言われて、今までだったら、「大丈夫ですよ」と受けて、帰社後、制作グループに「お願いね」で済ませただけ、知識が深まったことで制作の工数も読めるようになり、例えば修正内容によっては「もう1日お願いします」と現実性の高い商談が可能となりました。原価管理や品質管理の面でも、双方にとってより良い方向に進めるにはどうすべきかを考えてコミュニケーションを取るようになりました。例えば「修正が多いので、制作修



市川 雅幸氏

正費の相談に乗ってもらえますか」のような相談もしています。

お客様へのアドバイスもよりの確になりました。例えば印刷業界の専門用語も意味をきちんと説明できるようになって、なぜそうなのかを論理立てて説明させていただくことによって以前より信頼度が上がったと実感しています。資格名を名刺に記載していると、お客様に詳しいのかなと思っただけなので、お客様から頼られますし、実際に「プロに聞いて良かった」とありがたいお言葉をいただけることは、大変にうれしいことだと思っています。

—市川さんはソリューショングループですが、これはどのような部署ですか。

市川 最近新設されたセクションで、新規のお客様や、既存のお客様へ紙以外のメディアも含めて複合的に提案サポートを行っていくグループです。

クロスメディアエキスパートはこれからの会社の方向性に合った資格

—市川さんはクロスメディアエキスパート資格も取得していますが、お客様に対してソリューションを提案していく必要がある中で、クロスメディアエキスパート試験はどのように結びつきましたか。

市川 創業100周年をターニングポイントに現社名に変更して、「コミュニケーション」という言葉が社名に入り、事業内容がお客様のコミュニケーションの活性化を支援する方向へシフトしてきたので、それとマッチしている資格であると思っています。いろいろお客様が困りごとをわれわれに相談してくださり、一緒に解決する提案をしたいと考えています。

—実際にクロスメディアエキスパートを受験されていかがでしたか。

市川 提案書を作るに当たって、解答用紙が3枚で、どのように書けばよいのかちよっと戸惑いました。模擬試験を受けて、どのように書けばよいかの方向性は分かったのですが、手書きで書くというのなかなか慣れませんでしたし、2時間の中で提案書をまとめるのは大変でした。これは丸暗記で対応できるようなものではなくて、しっかりと知識とスキルが必要だと思いました。

— この試験は、ロジカルシンキングを重視している部分がありますが、提案書の組み立て方などは、実際の仕事の中で生かされる部分はありますか。

市川 確かにあります。今まで当社ではお客様に提案するときに、営業は別の部署である企画室に依頼し、企画室が企画書を作成し、営業と同行していました。ヒアリングシートというものがありますが、顧客情報をうまく伝えきれない部分もあったのです。企画書の組み立て方が分かっていると、提案内容に落とし込む際に必要な情報をきちんと企画室に伝えることができ、コミュニケーションエラーが極めて少なくなりました。

ヒアリングの精度が上がらない限り、良い企画は出てきません。お客様が抱えている課題の本質が見えづらいときなど、今、企画室の量的キャパシティ以上の仕事を頼んでしまう可能性もあります。そこで、営業の中で挙がってくるお客様からの要望を、ヒアリング内容をもとに精査し、企画室にバトンタッチしていくという形に変えました。

でも、試験勉強をしている過程が一番役立つかもしれません。例えば必要な知識を覚え、考えなくてはいけない。日々の仕事の中だけでは学べない部分もあるので、コミュニケーション活性化ビジネスを展開していく上で必要になるものを体系的に学べるのは良いと思います。

— クロスメディア的な取り組みをされて、お客様の期待感が変わってきていると感じますか。

市川 例えば全く印刷とは関係ない案件で、「これどうしたらいいのだろう」と、相談していただけるケースが増えました。当社だけではできないようなこともたくさんあるのですが(笑)、とにかく「アサコミさんに言ってみようか」と思ってもらえていることがうれしいです。ですから、競争相手もほとんど印刷会社だけだったのが、広告代理店やWeb企画制作会社が競合という案件も増えてきました。

しかし、当社は企画からメディアデザイン、プロダクト、ロジスティクスまで一貫体制でサービスも、サポートもできますので、広告代理店などと競争しても全く劣らないと感じています。お客様には一貫してサポートできるので安心だということを理解していただいています。

— 最後に、合格されて「自分は変わったな」と思うところがあればお聞かせください。

市川 論理立ててお客様に説明できるようになりました。例えば「うちARサービスを始めました」レベルだったのが、「ARサービスを使うことによってこういう成果が期待できます」と、お客様のビジネスに合わせて具体的な提案ができるようになりました。理論に裏打ちされた説明ができない限り、今の時代、お客様から発注をいただくまでにはなかなかたどり着かないのが実情です。

— 会社の方針としては、資格取得と人材育成をどのように考えていますか。

田沢 資格取得は会社の方向性と合致したというところが大きいです。長らく印刷をメインに事業展開してきましたので、DTPエキスパートへの取り組みは「お客様へのサポートをより深いレベルで」というところを



考えてスタートしました。しかし、これからの時代アウトプットとしての紙メディア発想だけでは、顧客満足を高めることが難しくなってきます。実際に世の中の厳しさを実感していますので、そういった中で複合的にお客様の課題解決を行っていくという観点で考えた場合、1つのメディアにこだわらず、さまざまなメディアを組み合わせる効果の出る複合的なサポートをしていかなければなりません。そこに、ちょうどこの資格がマッチしたというのがクロスメディア取得の背景です。

市川が何回か受けたほうが実力は身に付くのではないかとはいいましたが、社員の皆さんにはあきらめずに合格するまでサポートしていきます。暗記で合格できたとしてもそれでよいのではなくて、勉強を続ければその努力が必ず仕事に生きてくる部分が出てくると思っています。

— DTPエキスパートからクロスメディアエキスパートへということですね。

田沢 クロスメディアへのチャレンジは、当社のWeb制作チームからスタートしました。JAGATの通信教育にもお世話になりながら、まずは3人のうち2人が合格しました。そこから顧客窓口の接点になるセクションである営業部へ広がっています。資格がなくても理論立てて提案内容を説明できる方もおりますが、プラスアルファで資格として、第三者からその能力を認定されているということは、提案内容に後ろ盾として厚みが増し、効果も大きいです。そういう意味で、名刺にはずっとこの資格は入れ続けていきたいと考えています。会社としては、これからは設備から人材育成に投資の重点を移していきますので、今後も資格取得のための準備や資格試験、更新試験の費用面などでサポートを続けていきます。

株式会社アサヒコミュニケーションズ

代表取締役 新井 貴之

〒365-0038 埼玉県鴻巣市本町4-3-23

TEL 048-541-5152 / FAX 048-542-6954

事業内容：広告代理業、マーケティング業務、総合印刷業、Webサイト制作・運用・管理、

ホスティングサービス、情報処理業、ロジスティクスサポート