

ウェビナー実施レポート

『経営戦略実践セミナー2020』 第一回 ～会社名から“印刷”を外して 東洋株式会社が進める新たな営業戦略～

2020.10.21 イベントレポート

記事をシェアする



経営戦略実践セミナー2020

 ウェビナー
実施レポート

会社名から“印刷”を外して 東洋株式会社が進める 新たな営業戦略

第一回



講師 加藤雅章氏
東洋株式会社 製造部 部長代理

FFGSは2020年10月16日（金）、東洋株式会社 製造部 部長代理 加藤雅章氏を講師に迎え、『経営戦略実践セミナー2020』（全二回）の第一回をウェビナー形式で開催。当日、約300名の方が聴講されました。



東洋株式会社 製造部 部長代理 加藤雅章氏



FFGS 営業本部 中林鉄治 部長



ウェビナーの様子

■東洋株式会社 会社プロフィール

昭和28年創立。北海道帯広市に本社を置き、道内4拠点と東京拠点の計5拠点で事業を展開。「お客様と共に次の今を創る」をモットーに、地域に根差しながら卓越した競争戦略により、道内4位の年商を誇り、堅調に成長を続けている。2020年4月、東洋印刷株式会社から東洋株式会社に社名変更。

社名変更の背景にあったのは「事業の多角化」と「地域密着」

第一回のテーマは「新規顧客の開拓、重要顧客への提案にITをフル活用する東洋株式会社の営業戦略」。講演は、昭和28年に創業し、印刷会社として67年の歴史を歩んできた同社が、2020年4月に社名から“印刷”を外し、「東洋株式会社」に社名変更したことから始まりました。

社名変更の背景には、「事業の多角化」と「地域密着」がありました。“印刷”を外した理由として加藤氏は、「お客様に求められるものを実現するには、印刷だけでなく、もっと幅広いサービスを提供する必要がある」と語り、「創業から67年の歴史を刻み、地域からの信頼と先人の思いを残したかった」ことから、“東洋”の名を継承したと述べられました。

社名を変更した理由

お客様に求められているものは印刷という手段だけではなく、もっと幅広いサービスを提供する必要があるため

「東洋」を残した理由

創業から67年の歴史を刻み、地域からの信頼と先人の思いを残したかった

TOYO お客様と共に次の今を創る。 3

思い切った構造改革によって、10年間で約8億円の売り上げ増に成功

東洋株式会社様は従来、折り込みチラシを事業の柱としていましたが、需要が減少する中でも、2009年からの10年間で約8億円の売り上げ増を達成しています。その理由として加藤氏は、代表取締役社長の角高紀氏が進めた構造改革「事業理念に沿った経営の実現」に触れ、①紙媒体に捉われないサービスを提供する「CS（カスタマー・ソリューション）室」の創設、②外部コンサルタントによる管理者研修と製造品質改善プログラムの導入、③部署別採算制度の導入の取り組みを紹介しました。

さらに、同社の専務取締役で営業本部長を務める井上雅之氏が唱える独自の「戦略」と「戦術」——他社との違いをつくる「戦略」と、“印刷”を取りに行かない営業「戦術」——について言及し、構造改革と相まって、安定した経営で売り上げを伸ばすことができたと言いました。

事業多角化のきっかけは、地域への貢献

講演の中盤では、事業の多角化を始めるきっかけとなった、医療系情報誌「帯広の病院」PROJECT（2003年）や、帯広地域のポータルサイト「TON×TON（とんとん）」のサービス（2009年）、さらにそこから派生した、さまざまなサービスの事例を紹介しました。



最後は、同社の強みである営業戦略支援部門「CS（カスタマー・ソリューション）室」と「BI（ビジネス・インテリジェンス）推進部」の活動内容や販促活動を紹介。印刷の事例はもちろん、イベントやアプリ・システム開発、デジタルマーケティングなど印刷以外の事例も挙げられ、多角的な面から同社の営業戦略をご説明いただき、講演を終えました。

印刷を取りに行かない営業

ホームページにも 印刷以外の実績を優先的に掲載






TOYO お客様と共に次の今を創る。 49

セミナー聴講者からは、「参考になった」という多くの声をいただくとともに、皆さまの関心事や、次に取り上げてほしいテーマなどへのご意見をお寄せいただきました。今後開催するセミナーのテーマや、FFGSが提供する商品企画などへの参考にさせていただきます。