

令和3年度「印刷営業講座」日程とカリキュラム

主催：全日本印刷工業組合連合会／実施：愛知県印刷工業組合／会場：メディアージュ愛知

(3月12日現在の予定)

※受講資格：印刷営業実務経験1年以上

※受講料(税込)：各県印刷工業組合の組合員 一人 20,900円、一般 一人 38,500円

振込先：三菱UFJ銀行 大津町支店 (普) 0754724 愛知県印刷工業組合
(振込手数料はご負担ください。)

開催日時 (予定)	時間	カリキュラム項目	カリキュラム内容	講師	
令和3年10月9日(土) 9時30分～15時30分 (うち昼休憩60分)	2時間	1. オリエンテーション・メディアリテラシー (9時30分～11時30分)			宮本 泰夫 氏 (株)バリューマシ ンターナショナル
		(1)メディアの変化と産業の変容	<ul style="list-style-type: none"> ●印刷メディアの発展と成熟化 <ul style="list-style-type: none"> ・工業出荷額推移/事業所数推移から見る事業規模変化 ・デジタル化の流れ (小ロット・多品種・個別化) 	<ul style="list-style-type: none"> ・モノクロ印刷からカラー化/専用システムからDTP ・ペーパーメディアからオンラインメディアへのシフト 	
		(2)メディアとコンテンツ作成	<ul style="list-style-type: none"> ●ペーパーメディアにおけるコンテンツ作成の特徴 <ul style="list-style-type: none"> ・商印/出版/証券/事務/包材/建装材 ●オンラインメディアのコンテンツ作成の特徴 <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット/メール/Web (検索・ポータル・LP) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ソーシャルメディアの形態と影響力の変化 	
		(3)印刷とデジタルメディアの融合	<ul style="list-style-type: none"> ●インターネットを活用した新ビジネス・新サービス <ul style="list-style-type: none"> ・印刷通販/オンデマンド出版 ●オンライン/オフラインの融合 <ul style="list-style-type: none"> ・オフラインtoオンライン (各種コード/ARなど) 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種印刷ECサービス (フォト・ラベル・包材など) ・オンラインtoオフライン (O2O) 	
	(4)メディアに関する基礎用語の理解	<ul style="list-style-type: none"> ●各種用語とその解説 <ul style="list-style-type: none"> ・クロスメディア 他 			
	1時間	2. 印刷関連技術の基礎知識 (11時30分～12時30分)			
		(1)印刷技術の変遷と印刷の分類・特徴	<ul style="list-style-type: none"> ●印刷技術の種類と分類 ●コンベンショナル印刷技術の基礎と特徴 <ul style="list-style-type: none"> ・オフセット/グラビア/フレキソ/スクリーン ●デジタル印刷技術の基礎と特徴 <ul style="list-style-type: none"> ・トナー (乾式・液体) /インクジェット/Landaなど 	<ul style="list-style-type: none"> ・小ロット化 (面付・プレート技術・自動刷版交換・UV印刷) 	
		(2)プリプレス技術	<ul style="list-style-type: none"> ●ワークフローシステム <ul style="list-style-type: none"> ・各種自動化と見える化 (MIS/JDF/JMF) ●カラーマネジメントと校正出力の変化 <ul style="list-style-type: none"> ・網点校正→インクジェット/オンライン校正 	<ul style="list-style-type: none"> ・オンラインツールによる効率化とネットワーク化 	
		(3)ポストプレス技術	<ul style="list-style-type: none"> ●自動化・効率化技術 <ul style="list-style-type: none"> ・JDF/JMFとインラインシステムの普及 ●特殊加工技術 <ul style="list-style-type: none"> ・フォイル加工/厚盛加工/パッケージ処理 	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビネーションプレス技術 (ラベル 他) 	
		(4)材料技術	<ul style="list-style-type: none"> ●色材技術 <ul style="list-style-type: none"> ・インク (油性/水性/UV/Latex 他) ●媒体技術 	<ul style="list-style-type: none"> ・特殊色材 (蛍光/MICR/セキュリティインクなど) 	
	(5)デジタル印刷とその事例	●各種デジタル印刷事例			
	0.5時間	3. 営業活動の基本 (13時30分～14時00分)			
		(1)経営方針・経営計画の理解	●経営理念と企業の強み・弱みの理解の重要性		
		(2)売上高から経常利益までのフロー	●PL/BSの理解 <ul style="list-style-type: none"> ・原価管理の重要性/売上管理と利益管理 		
	(3)営業方針・営業計画の理解	●営業方針 (営業戦略・顧客戦略) <ul style="list-style-type: none"> ・既存顧客の育成方針など 			
	1.5時間	4. コンプライアンス (14時00分～15時30分)			
		(1)情報の適切な管理と処理 (企業情報、個人情報)	<ul style="list-style-type: none"> ●各種情報管理のあり方の理解 <ul style="list-style-type: none"> ・Pマーク/ISMS (ISO27001) 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報漏えいによるトラブルと企業に対するダメージ事例 	
		(2)営業活動とルール (契約、印紙、商法、下請け法、第三者認証、社内規定等)	<ul style="list-style-type: none"> ●商取引/契約の形態の理解 <ul style="list-style-type: none"> ・委託契約とSLA (検査義務・基準色など) /第三者委託 	<ul style="list-style-type: none"> ・著作権/知財権などの権利関係の理解 	
	(3)安心と安全 (安全衛Th、PL法、公害等…)	<ul style="list-style-type: none"> ●品質管理・製造者責任への取り組み (ISO9001・PL法など) ●安全衛生への取り組み (ISO14001) ●環境対応への取り組み (各種環境対応認証・マークの付与など) 			

開催日時 (予定)	時間	カリキュラム項目	カリキュラム内容	講師
令和3年10月15日(金) 13時00分～19時00分	6時間	5. セールス&プロデュース (13時00～19時00分)		宮本 泰夫 氏 (株)バリューマシン インターナショナル
		(1)セールス&プロデュースの考え方	<ul style="list-style-type: none"> ●印刷会社と印刷物の役割 <ul style="list-style-type: none"> ・顧客が求める印刷会社の姿とは ●基本的な顧客提案のあり方と考え方 <ul style="list-style-type: none"> ・受注生産であるからこそ必要な提案プロセス ・印刷物の本質的な役割とは ・提案とは課題解決方法の提供 (紙が全てではない) 	
		(2)マーケット情報の収集と分析	<ul style="list-style-type: none"> ●情報の収集と分析 <ul style="list-style-type: none"> ・マーケット情報の収集と理解の重要性 (何のために・何に利用) ・分析に必要な定量情報 (市場規模・企業会計報告など) ・個別顧客の情報収集と理解の重要性 (どのような情報) 	
		(3)企画・マーケティングの知識	<ul style="list-style-type: none"> ●企画・マーケティングの必要性 <ul style="list-style-type: none"> ・顧客営業面と自社戦略面の双方についての必要性 ●マーケティング手法の理解 <ul style="list-style-type: none"> ・市場分析 (4P分析/4C分析) と視点の移行 ・製品分析 (PPM/ライフサイクル) ・顧客分析とセグメンテーション (RFM/STP) ・論理的な考え方の重要性 (WHY・HOWツリー) 	
		(4)仮説立案とヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ●企画提案の具体的な流れを理解する <ul style="list-style-type: none"> ・提案とは何か/顧客視点のあり方 ●仮説立案プロセス <ul style="list-style-type: none"> ・市場/顧客情報から課題を見出す (仮説) ●ヒアリングプロセス <ul style="list-style-type: none"> ・顧客課題と本質の理解 (顕在課題と潜在課題) ・重要な仮説立案とヒアリングのプロセス ・論理思考による本質の理解 ・ヒアリングプロセスによる顧客関係の確立 (ヒアリングのコツ) 	
		(5)企画構成とプレゼンテーション	<ul style="list-style-type: none"> ●分析作業 (WHY・HOWツリー) から導く企画提案内容 <ul style="list-style-type: none"> ・実施優先度/各種制約事項と代替案の作成 ●企画提案のために考えておくこと <ul style="list-style-type: none"> ・課題の本質と提案が解決すべき本質 ・パートナー戦略 ●プレゼンテーション <ul style="list-style-type: none"> ・資料作成が目的ではない ・内部要因/外部要因 ・競合分析 ・過去の取り組みと目標設定 ・各種制約事項やリスク ・プレゼンテーションのあり方と伝える内容 	
		(6)顧客情報管理と共有	<ul style="list-style-type: none"> ●顧客情報管理 <ul style="list-style-type: none"> ・インナーマーケティングの重要性を理解する ●組織として取り組むマーケティングのあり方 ●顧客育成戦略 ●進捗管理 	
		(7)企画から納品までのマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ●スケジュール作成 ●顧客コミュニケーション計画 <ul style="list-style-type: none"> ・アフターフォローの重要性と納品後のアクション ・次提案につなげるためのアクション 	
(8)セールス&プロデュースに関する用語解説	●各種用語の解説			
令和3年10月8日(金) 13時00分～18時00分	5時間	7. 見積積算概説・見積計算演習 (13時00分～18時00分)		高見 隆登 氏 (一社)経済調査会
		(1)見積りの基礎知識	<ul style="list-style-type: none"> ●見積りの目的 <ul style="list-style-type: none"> ・立場による目的の違い ・概算と精算の概念 ●見積りと原価の関係 <ul style="list-style-type: none"> ・原価構成の基礎知識 ・見積りの基本的手法 ●見積りに必要な情報 <ul style="list-style-type: none"> ・仕様・価格の整理 ・コミュニケーションの重要性 	
		(2)オフセット印刷の見積計算	<ul style="list-style-type: none"> ●見積項目と計算手順 <ul style="list-style-type: none"> ・デザイン ・プリプレス (DTP・校正・刷版) ・プレス (印刷) ・ポストプレス (製本加工) ・用紙・諸経費 ●計算練習 	
		(3)デジタル印刷の見積計算	<ul style="list-style-type: none"> ●見積項目と計算手順 <ul style="list-style-type: none"> ・プリプレス (出力前準備) ・プレス (出力) ・ポストプレス (製本加工) ・用紙・諸経費 ●計算練習 	
(4)見積書の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ●見積書で伝えられること <ul style="list-style-type: none"> ・信頼性・論理性 ・自社技術・創意工夫 ・見積り条件と修正への対応 ・見積りソフトの活用と注意点 ●付加価値をどのように表現するか <ul style="list-style-type: none"> ・付加価値とは ・印刷付帯サービスの扱い 			
令和3年10月16日(土) 10時30分～16時30分 (うち昼休憩60分)	5時間	6. グループワーク (10時30分～16時30分/うち昼休憩60分)		宮本 泰夫 氏 (株)バリューマシン インターナショナル
		セールス&プロデュースで学んだ項目の実践	<ul style="list-style-type: none"> ●セールス&プロデュースで学んだ項目を実践的体験をする。 ●3～5人、1チームで案件の検討、まとめ、発表する。 ●チームごとに発表、質疑応答をする (印刷会社と得意先を想定) = 提案準備プロセス⇒提案企画⇒プレゼン ●提案に必要な準備プロセスを体験しその意味を知る。 ●参加者各社について身近になるテーマを設定する。(各社個別の内容にすることも可能) ●最終的に講師の総評を行う。 	