

組合ビジョン作成 日本広告制作事業協同組合

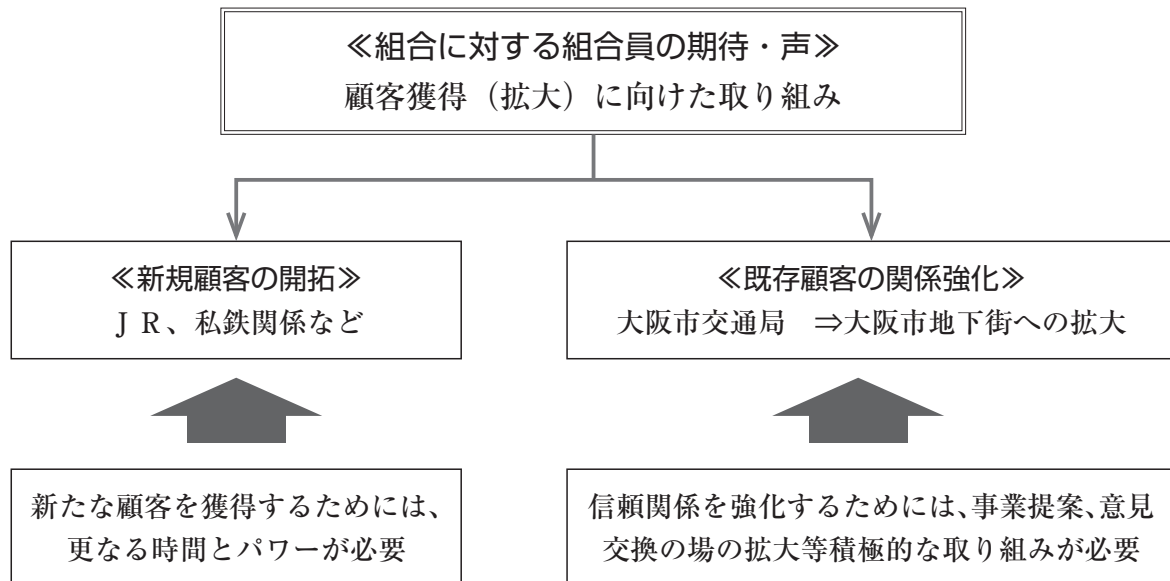
日本広告制作事業協同組合は、広告の企画立案からデザイン、コピーも含む広告物の仕上げ作業等を行う企業が平成21年に設立した組合です。主要取引先である大阪市交通局の民営化が差し迫るにつれ、今後の継続的な受注に危機感を頂いていたことから、大阪府の平成28年度組合等事業向上支援事業における「組合ビジョン・中期計画作成支援」に取り組みました。検討会では現状・課題分析、組合員アンケート調査および集計・分析を行い、組合ビジョンを策定しました。組合員からは「大阪市交通局との信頼関係を強化していく方向性が明らかになった」と好評を頂きました。

組合の現状と課題

- 大阪市交通局の民営化に伴い、大阪市地下街が大阪市と同一セクションになることが想定され、大阪市交通局との信頼関係を強みに、大阪市地下街への提案活動を進める機会が広がる可能性がある。
- 組合員のアンケート結果では、「市場（販路）開拓」「新たな連携による事業の創造」「新事業・新分野への進出」「企画・提案力の強化」などの顧客獲得に向けた取り組みを期待する声が多い。
- ビジョン検討会では、組合員から、「今まで以上に、大阪市交通局との信頼関係を構築していく」ことの望む声を多く頂いた。
- 組合員が増加しないことについては、「組合に入るメリットが、今は明確に見えていないことが原因」とする意見があった。

課題解決に向けた取り組み

- 顧客獲得に向けた取り組みの実現には、JR、私鉄などの新たな顧客獲得よりも、既存顧客である大阪市交通局との関係性を強化する取り組みを目指す。

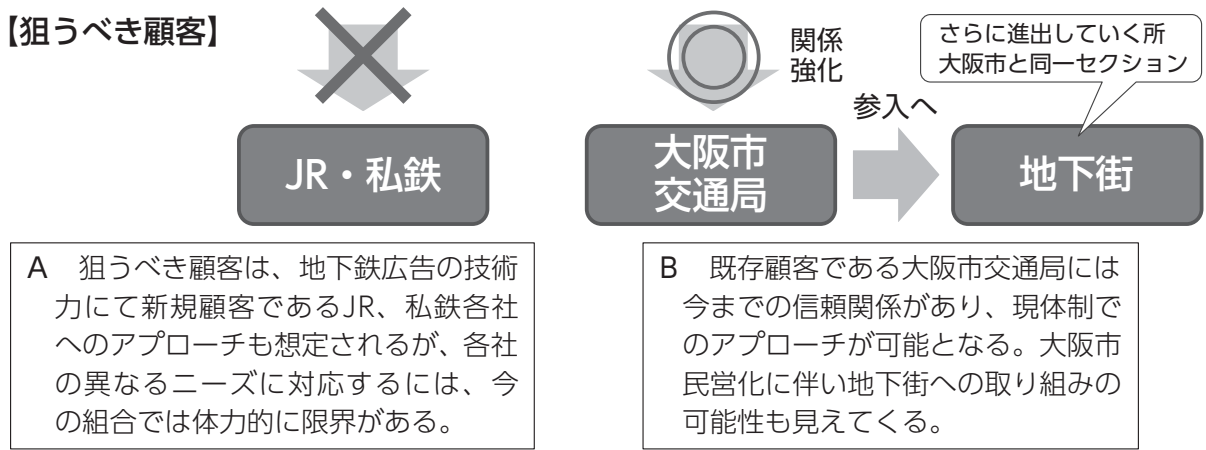


今後の目指すべき方向性

【方向性】

既存顧客（大阪市交通局）との関係性を強化する
 —安心・安全への提案力を強みに、なくてはならない存在になりつづける—

【狙うべき顧客】



【今後の取り組み事項】

1. 既存事業に対する取り組み

- ①安全大会事業の見直し
- ②大阪市との打ち合わせの定期化

短期的な活動

2. 新規事業に対する取り組み

- ③広告業界の標準規定の策定

中長期的な活動

今後の実施事業

1 安全大会事業の見直し

○大阪市の広告担当以外に、工事担当者への呼びかけや意見交換ができる場づくりを通じて、組合と来賓者が意見交換できる内容に見直しを図る。
 ＊安全大会は、組合からの一方的なPRに終始しており、来賓の方々との意見交換ができていない。

2 大阪市（交通局・地下街）との定期的な打合せ開催

○定期的な打合せを開催することにより、組合員の意識を受け身から攻めの姿勢に転換させるとともに、さらに強固な関係性の構築を目指す。
 ＊組合が大阪市との打ち合わせを設けるタイミングは、年末年始のあいさつ、担当者が配置換えなどに留まっている。

3 広告業界の標準規定の策定

○広告業界の標準規定を策定することにより、業界で扱う製品や取り付け方法、技術などの標準化や組合員の製品・技術力の高さの保障、顧客の適正価格による受注が期待できる。
 ＊標準規定がなく、各社の独自基準が乱立しており、顧客の混乱を招く恐れがある。