

編集企画体制への道(1)

～セミナー事業(6)未来へ向けて～

代表取締役 吉田 隆

●受講者600名

昭和63年7月半ばのある日、(株)総合技術センター(現(株)イーティーエス)の井上社長から電話を貰った。通称「総合さん」は、毎月10万通というDMを使ったセミナー事業の大成功により、飛ぶ鳥を落とす勢いで業績を伸ばしていた。「NTSさん、もうかってまっか?」大阪出身の井上社長のかん高い声が響いた。「いやあ、貧乏ヒマなしで、先週は福岡でした」「福岡…?テーマは?」「斜面安定化工法…」「斜面?相変わらず面白いテーマ選ぶねえ。それで何人集まった?」「約600名だった」「えっ?600名っ!」と井上社長は驚きの声を上げた。そして、興味津々で開催状況をあれこれと聞き出しにかかった。

受講料5万円が基本の技術系セミナーの集客目標は、昔も今も30名である。数年一度、受講者200名から300名というスーパーセミナーが実現はしても、600名は前代未聞である。この受講者600名のセミナーは、どうやって実現したのか?今回は、「斜面セミナー」を例に、既存の型を捨てることで発展をつづけたセミナー事業の挑戦の跡を辿り、本項の総括としたい。

●受講料1万円

半年前の「超電導シンポ」とは全く対照的な、土木技術がテーマの「斜面安定化工法技術講習会」は、福岡市天神の電気ビルで昭和63年7月7日に開催された。主催はNTSだったが、AAW協会、グラウンドアンカー協会、フリーフレーム協会の三団体が協賛として名を連ねた。三団体の理事長である山田邦光氏とは、修景緑化工法に熱心な岡部土木(株)の瀧野忠衛専務の紹介により知り合うこととなった。緑化もまた斜面強化工法の一つなのである。当初は受講費5万円の技術セミナーを東京で開催する予定だったが、山田理事長は福岡がいいと言う。台風や豪雨による山崩れ等の自然災害が多く、斜面安定化に対するニーズの高い九州は、土木建設業界にとって最大の市場であり、種々の工法による市場争奪戦が繰り広げられていた。主要顧客である各県土木課、河川課、土

木事務所等をターゲットとした開催を望む理事長の強い熱意に押され、開催地は福岡ということに折れた。ところが今度は受講料を1日1万円にしたいと言う!セミナーベンチャーにとって受講料5万円は生命線である。1万円ではDMの原価さえ回収できない。だが話し合いの末、DMによる集客は行わず、協会傘下のグループ企業の営業部員がパンフを持って顧客を回るという方法で、集客を図ることになった。経験したことのない数百名単位の集客営業に成功の確信を持ったわけではなく、未知の集客手法に強い関心を持ったのである。ところが、いざ蓋を開けてみると、グループ企業の営業部員が福岡をはじめ、九州・沖縄各地区をくまなく集客した結果、ほどなく定員の400名を超え、申込数は会場の収容能力一杯の600名となった。山田理事長は、自陣営の結束力にしてやっつきの笑みを浮かべていたが、私はDM手法の限界を超える新たな集客手法に感動すら覚えたのだった。営業経費が不要だった分、収益も十分確保でき、事業としても大成功だった。成功の最大要因は、山田理事長のカリスマ的リーダーシップによるところが大きかったと思う。ちなみに、本セミナーの現場管理にアルバイトで加わったことが、○○○○現取締役営業部長が入社するきっかけであったことも付記しておきたい。

●企画スタイル

振り返れば、昭和53年のフジテク入社から昭和59年の創業を経て、○○、○○の2名が入社し編集企画体制が本格稼働を始める平成2年までの10年間に、約200本のセミナーを企画開催した。企画に当たっては、小野社長から手ほどきを受けた受講料5万円で集客30名というセミナーモデルを規範としたが、小野社長と私のビジネススタイルには自ずと個性の違いが表れた。一口で言えば、小野社長は情報感度で集客を競い、私は開催手法そのもので競ったと言えよう。小野社長は、誰も知らないテーマを発見し、ヒットを連発したが、私は誰もが知るテーマを、業界の常識にとらわれない手法でしばしば成功した。同業

他社の面々は、私がまた変わったことを手がけていると見ていたようだ。その変わったことを、セミナーモデルの基本に対するこだわりを捨てることで、しばしば実現してきた。「二軸シンポ」のときは国内路線への、「超電導シンポ」のときは主催への、そして「斜面安定化セミナー」ではDMへのこだわりである。だが、そうしたことが可能であったのも、企画を引っ張ってくれる強力なパートナーの存在あってのことである。その意味では、私の企画スタイルは、独立独歩のベンチャー型というより、複数の協力者を得ての共同事業型と言うことができ、この違いはその後の出版事業におけるフジテクとNTSの展開の差としても表れることになった。

さて、平成2年以降は、「資生堂デザインフォーラム」という場を借りて、テーマを技術系から人文系まで拡げて、新たなチャレンジを続けた。「創造力とは何か」を基本テーマとするこの挑戦は、昨年からはスタートした東京クリエイションフォーラム(東京ファッション協会主催)に引き継がれ、新たな展開を模索している。近い将来、社会科学系出版事業を展開することも視野に入れた、こうした試みの成果についても、いずれこの場を借りて記すことにしたい。

●未来へ向けて

私が小野社長から受け継いだ最大の資産は、商品や名簿ではなく、企画マインドである。共同事業と言えども、事業の核心を支えるのはリーダーの企画マインドであり、それを育むのは「足で記事を書く」とも言われる日々の現場取材である。私はその教えを忠実に守って、今も現場を歩き回り、なるべく多くの人との出会いを心がけ、常に新たな知識の習得に努めている。

その後、技術系セミナーは徐々に○○、○○の両名に引き継ぎ、昨年あたりからは若いスタッフも積極的に取り組んでいる。次代を担う彼らができる限り現場を歩き、企画マインドを養い、21世紀版「情報屋の梁山泊」として情報の新風、熱風を社内に吹き込み、NTSの未来を支える役回りを演じてほしいと願っている。

●今月の人事

【入社】 営業部営業1課
編集企画部編集3課
営業部営業2課
【退社】 編集企画部編集3課
営業部営業1課
総務部経理課
配送センター

●編集後記

失敗は成功の母と言います。本田宗一郎、湯川英樹、江崎玲於奈、小柴昌俊、田中耕一、みんな失敗を重ねて大きく開花したのです。ニューテクノロジーが、エネルギー開発が、新システムが稼働しない?だめだめ諦めたら、終わりです。(K)

●編集部からお願い

NTSニュースでは読者の皆様からのお便りや投稿をお待ちしております。また、開催予定の勉強会・イベント等、掲載をご希望される方は下記宛までご連絡ください。

NTSニュース

2003年3・4月号(通巻50号)
2003年3月25日発行