

We do all for your thanks
総合オリコ三社

Our Mission 私たちが社会に果たす使命

くらし

豊かで幸せな生活の実現

社員・顧客・取引先・社会……関わる全ての人たちに対して、物心両面で「豊かで幸せな生活の実現」の一助となることが、私たちが社会に果たす使命です。これを成し遂げるために、一人一人が常に経済効果を考え、自分の仕事に責任を持って活動しています。



Our Vision 私たちのありたい姿

お客様に喜んでもらう

お客様に驚きと活気を与え「ありがとう」と言ってもらえる存在を目指します。そのために「決して諦めない・挑戦するマインド」と、「豊かな知識から生まれる発想力・実現する実行力」を持ち続けることを大事にしています。

お客様(お店)と
お客様(消費者)を
つなぐ架け橋

お客様(消費者)の
楽しい買い物体験を
創りだす

お客様(お店)の
課題に
ともに向き合う

部門紹介

私たちの組織は、役割の面から営業部、制作部、Web事業部に分かれていますが、役割を超えて協働、連携することを大切にしています。



裏表紙の二次元バーコードから営業部と制作部の様子をご覧ください！

営業部 「お客様の目指す方向に向けて、チームの舵をとる」

私たちのお客様は流通小売業が中心です。変化が激しい業界のため、お客様からも多種多様なご要望をいただきます。窓口となる営業部は「**要望の本質を掴む**」ことを強く意識しています。ヒアリングを通して、お客様のご要望の背景にある意図や想いを掴み「目指すべき方向」に向けて最高のパフォーマンスができるようチームの舵を取ります。

顧客対応

担当顧客への定期訪問
新聞折込みチラシ・ポスターなど販売促進物の立案・校正
Web広告・LINE@の配信～運用

企画提案

新しい販売促進企画の立案
企画ミーティング
顧客・競合の店舗調査

新規開拓

アポイントメント
顧客・競合の店舗調査
新規顧客獲得に向けた企画立案

制作部 「お客様の実現したい想いを、デザインを通してカタチにする」

私たちの仕事はお客様の期待を超えることです。最新トレンドや消費者の嗜好を捉えつつ、デザインを通してお客様の実現したい想いをカタチにします。多岐にわたるお客様のご要望に対し、さまざまなカタチで支援できるようサービスを提供します。これらのサービスを「**高品質なサービス**」にするため、品質の土台となる「**情報の正確さと作業効率化**」を独自のシステム開発を通じて実現し、常にやり方を磨き続けることで、お客様の「実現したい想い」をカタチにしていきます。

制作

新聞折込みチラシ・カタログの企画デザイン
ポスター・リーフレットなどの販売促進物デザイン
Web広告・Webページの企画・構成・デザイン

システム

作業の省力化・効率化の起案・システム開発
各プログラムのメンテナンス
各種サーバーの管理

画像処理

商品撮影・イメージ撮影・モデル撮影
画像の色調補正・切り抜き
店舗オープン・各種イベント時の現場撮影

Web事業部 「お客様をデジタルマーケティングの領域で支援する」

販売促進という事業の核はぶらさず、お店の活性化支援、お店と消費者をつなぐ新たな媒体の仕組み作りという視点で、新たに立ち上げた事業部です。消費者のライフスタイルが多様化するなか、情報の入手方法も様々です。そのなかで私たちはお客様と消費者を繋げるためにデジタルマーケティングの領域で支援しています。



新聞折込みチラシ

打ち合わせ

- ヒアリング
 - └ 集客
 - └ 認知度向上
 - └ 客単価UP
 - etc...

私たちは、主に新聞折込みチラシ・店内販売促進物・Webの3つのプロモーション手法を用い、お客様のご支援をしています。お客様の悩み・課題に向き合い、「何を」「どんな方法で」解決するか、これらを深く考え、最適な方法を導き出すところから始まります。新店OPENでの集客・企業の認知度向上・客単価UPなど、お客様の課題は多岐に渡ります。



店内販売促進物

打ち合わせ

- ヒアリング
 - └ 売場作り
 - └ 接客ツール
 - └ リピート率UP
 - etc...

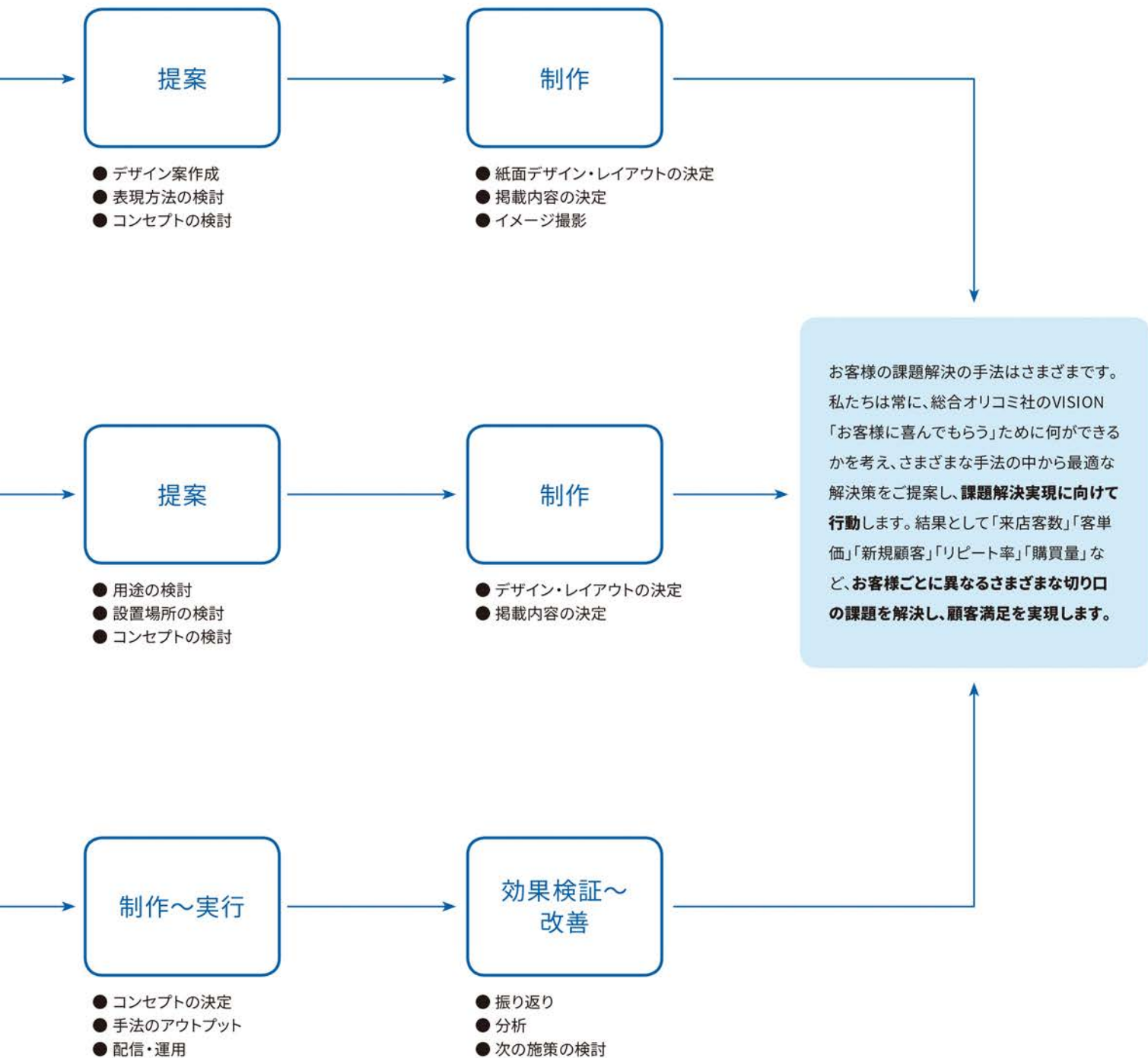


Web

打ち合わせ・提案

- ヒアリング
 - └ 新規顧客獲得
 - etc...
- アプローチ方法の決定





大切にしていること

私たちの事業内容は、お客様の「販売促進支援」です。言い換えれば「お客様が元気になるためのサポート」です。お店の特長や魅力、直面する課題に向き合い、お客様の販売している商品・展開しているサービスの魅力を「分かりやすく」「効果的に」消費者に紹介・宣伝します。お店が販売する商品の魅力を消費者に伝えることで来店へと繋がり、お店が活気にあふれ、楽しい買い物空間を創り出します。お客様・消費者に豊かさ、幸せを感じていただくことがミッションであり、喜びです。私たちは、お客様の魅力を多くの人に届けるためにさまざまな角度から支援します。支援するためには、お客様を深く理解することが一歩目です。お客様の声を聞き、お店に足を運び、買い物をし、消費者の目線でお店を体験します。この行動がお客様との信頼に繋がり、お客様と私たち双方の仕事をより楽しく豊かにします。



できること

紙媒体による販売促進

長年専門に扱う媒体
蓄積された販売促進ノウハウ

Webによる販売促進

既存のノウハウ×新たな技術で
時流に合わせた企画・提案

制作物

 裏表紙の二次元バーコードから制作物をご覧ください！



紙媒体

新聞折込みチラシには毎回たくさんの商品が掲載されます。商品一つ一つには、クライアントの買ってもらいたい想いが詰まっています。新聞折込みチラシ制作を専門としてきたプロとしての視点と、消費者視点を組み合わせ、「キャッチコピー」や「デザイン」など、打ち出し方を工夫し、お客様の想いを引き出します。私たちは新聞折込みチラシの他に、お店に設置される店内販売促進物の企画・提案・制作も行っています。「お店を盛り上げるもの」「消費者の興味を惹くもの」「商品の魅力を伝えるもの」「買い物のしやすさを手助けするもの」など、お客様の課題に応じて幅広く提案します。

- 新聞折込みチラシ
- DM(ダイレクトメール)
- カタログ
- 店内販売促進物

Web

お客様が情報を届けたいユーザー層は年齢・性別・居住地・生活スタイル・関心のあること…など違いは様々です。そのユーザーがどんな場所で、どんな時間帯に、どんなデバイスを使って、などのリサーチから仮説を立て、Web広告やSNSを使った販売促進企画を立案します。また、そのユーザーが情報を得るタッチポイントはひとつとは限りませんし、一度の接触で来店や購入に繋がることは稀です。お店を知らない・商品を知らない状態から実際に来店・購入を検討する状態まで、ユーザーの状態に合わせ、情報がより良く伝わるよう複数の手法を掛け合わせ、最大限の効果を生み出せるよう提案します。

- Web広告
- SNS広告
- ランディングページ作成
- Webコンテンツ企画・作成
- 動画作成
- ストリートビュー作成

社員紹介

総合オリコミ社のことをより知ってもらうため、現場で活躍している4人に、仕事に対する考え方や想いをインタビューしました。

Q1 仕事の際に心がけていることを教えてください Q2 総合オリコミ社で成長できたことを教えてください



植村咲月
営業部
2018年度入社
教育学部卒

A1 とにかく「コミュニケーション」

とにかく「コミュニケーション」を心がけています。良い報告も悪い報告も上司や先輩に報告・連絡・相談するようにしています。報連相ができていると互いに信頼関係ができ、自然と仕事を任せてもらえる場面が増えました。学生の皆様も日頃のコミュニケーションをちょっと意識してみると良いと思います。

A2 確実に仕事をこなす力

一つ一つ確実に仕事をすることです。様々な種類の仕事が並走する中で優先順位をつけて取り組んでいます。すぐ出来そうなものは後回しにせず行い、すぐにはできない場合でも「〇〇までにやる」と期限を決めて抜けや漏れがないようにしています。任せていただいた仕事はどんな小さなことでも一つ一つ確実に行うことが信頼関係を築く近道と感じています。

 裏表紙の二次元バーコードから植村さんのインタビューをご覧ください！

A1 仕事は信頼関係が大事

信頼されること、です。些細なことで信頼を失うことがありますが、信頼を築くことは日々の積み重ねが大切です。お客様から信頼を得るために、ミスなく正確で、期待以上の仕事をするはもちろん、普段の会話や態度からも「この営業なら信頼できる」と思ってもらえるように心がけています。

A2 物事を整理する力

効率よく仕事をすることです。複数のクライアントを担当するようになった入社2年目のころ、規定時間内で仕事を終わらせることに苦労しました。店内販売促進物企画、Web運用、社内業務、校正などの仕事に追われる中、自分で仕事を整理しないとミスにつながりかねないと感じました。整理の仕方は人それぞれですが、僕は手の動きやすいものから進めます。仕事のスピードが上がり、ミスなく仕事を進められるようになりました。



岡崎謙
営業部
2016年度入社
教育学部卒

高尾圭汰
制作部
2013年度入社
経済学部卒



A1 作り手本位にならない

営業とのやりとりを大切にしています。制作作業に没頭すると、作り手本位になってしまいそうなことがあります。そうならないために、お客様との窓口であり理解者である営業の意見を聞き、制作したものがお客様の要望通りになっているかを確認するようにしています。

A2 お客様目線

お客様のために行動することです。以前本社近くに、担当するホームセンターがOPENすることになり、紙面作成以外でもできることはないかと考え、周辺の競合調査や周辺のイベントカレンダーの作成をしてお客様に提出し大変喜んでいただけました。総合オリコミ社の「お客様に喜んでもらう」という土台があるからこそ、自分もこういった行動に挑戦できたし周囲の方々も協力してくださったのだと思います。

A1 お客様に寄り添う

お客様に寄り添ってつくりたいものを一緒に考えることです。制作部はデスクワークのイメージが強いかもしれませんが、私は月1回顧客訪問の機会をつくっています。ご要望を直接伺い、時にはその場でデザインを詰めていく中で、お客様のご満足いただけるものを作成します。

A2 共感力

相手の思いを汲み取る力が鍛えられました。定期的に顧客訪問を行ってご要望の本質を考えることが増えたからです。以前ご訪問した際に、新店舗オープンのチラシを、今までと違うデザインにしたいとお話をいただきました。「今までと違うデザイン」とは具体的に何？「今までと違うデザイン」とってどんなもの？と分析し、後日こちらからデザイン案を持参し、ご意見を伺うことで、お客様の作りたいものを一緒に作り上げることができました。

 裏表紙の二次元バーコードから白石さんのインタビューをご覧ください！



白石みほ
制作部
2015年度入社
経済情報学部卒

研修制度

自分の意思で判断し、自発的、主体的に動けるようになる状態を目指し、入社1年目の社員を対象にさまざまな研修を実施しています。
研修と同時に実務経験を積むことによって、自分の判断で行動できるようになります。



1年目研修

入社式終了後から開始し総合オロコミ社のベースを知る研修です。挨拶の基本動作や事業・業務内容といった基本知識を身につけます。また、年に約3回、業務に追われる中で忘れがちな「振り返り」を1年目全員と先輩で行います。日々の成果を再確認し仲間と認め合うことで、成長を実感し課題の発見に繋がります。



基礎研修

各拠点配属後、拠点ごとの基礎知識を学びます。営業部では先輩社員との対話を重視した研修となっており、社内のルールやチラシの制作工程、お客様の情報を学びます。制作部ではトレーニング期間としてDTP編集ソフトを用いた基本演習を反復学習するなかで商業デザインに必要な技術、基礎知識を身につけます。



OJT

基礎研修が終了したら業務の実践を通じて、体験的に育成することを目的としたOJTがはじまります。業務内容次第では任される仕事もありますが、入社一年目から個人の判断で進める仕事はありません。豊富な経験、ノウハウをもつ先輩社員とともに実際の仕事を行う中で任される仕事の範囲を広げます。



マイルストーン

週に一度、1年目が中心となって行うミーティングです。先輩、上司と毎週目標を設定し、マイルストーンの場で共有、振り返りを行います。年間目標達成を目指し、週ごとに設定した中間目標を達成していく事で成長を積み上げます。また、全拠点の1年目が集まるので部門を越えた意見交換ができる場でもあります。



学生のみなさん、こんにちは。

昨年は新型コロナウイルスの蔓延により全世界が未曾有の事態となりました。人々の健康不安はもとより、経済的にも深刻な被害をもたらしています。2021年の現在もなおこの疫病との闘いは続き、いつ終息するのかもわかりません。しかし、このような環境の中でも人々の営みは続き、環境に合わせた生活、そして働き方を模索する時代へと突入したようです。我々、総合オリコミ社は約40年間に渡り新聞の折込みチラシを主軸とした流通小売業の販売促進物のDTP制作に携わって参りました。特にホームセンター・ドラッグストア・スーパーマーケットという生活密着3業態の販売促進に専門特化し、

人々の生活に深く関わってきました。専門性を養い、経験を積むことで淘汰の激しいDTP制作業界の中でも着実に信頼と実績を積み重ね、多くの取引先企業から高い評価を得てきました。近年、少子化やインターネットの隆盛などにより新聞購読率の低下が顕在化し折込みチラシの需要は減退していますがチラシにとってかわる効果的な小売業の販促媒体はうまれてきておらず、今もおチラシ販促はもっとも有力な販促手法のひとつであることは事実です。そんな時代の中、我々は大きな事業課題を2つ設定し全社で取り組んでいます。ひとつは、「チラシ制作事業の進化」です。新聞に折り込むという形は変わっても、お店が消費者に情報を提供し誘客するというニー

ゼロから作り出すのは、 「人」のチカラ

代表取締役 中島 良之

会社概要

創 業 1975年1月
資 本 金 6,250万円
代 表 者 代表取締役 中島良之
従 業 員 数 152名 (男64名 女88名)
売 上 高 25億3,675万円 (2020年3月期)
取 扱 商 品 新聞折込みチラシ・カタログ・
POP・各種販促用品・Webチラシ制作・Web広告・
Webページ作成・LINE@・SP企画・VI企画 など
取 引 銀 行 三菱UFJ銀行広島支店
もみじ銀行廿日市支店
山口銀行廿日市支店

関連会社 (有)製版センター
事 業 所 本 社/〒739-0403
広島県廿日市市大野1876
TEL (0829) 56-4411 FAX (0829) 56-3697
大阪支店/〒533-0033
大阪府大阪市東淀川区 東中島1-6-14
新大阪第2日大ビル906号
TEL (06) 6320-1851 FAX (06) 6320-1853
東京支店/〒171-0021
東京都豊島区西池袋3-31-8 池袋ウエストビル3階
TEL (03) 3986-5614 FAX (03) 3986-9477

ズは依然強く存在します。お店の情報をよりわかりやすく、より消費者の心に届く販促物を制作するというのが我々の仕事です。既存事業であるチラシ制作をより進化させ、あらゆるメディア・媒体に最適化された新しいチラシ作りを模索しています。当社独自で開発した数々の制作システムで効果的、効率的な「新チラシ」の創作に取り組んでいます。もうひとつの事業課題は「WEB広告事業の進化」です。Google広告やLINE広告をはじめ、WEBを中心とした新しい広告事業の進化に挑戦しています。近年WEB広告の需要は急速に高まっており、当社での扱ひも飛躍的な伸長をみせています。今後も多様化する消費者のライフスタイルへ多角的にアプローチするための

事業です。販売促進という事業の軸は ぶらさず、お店の活性化支援、お店と消費者をつなぐ新たな媒体、仕組み作りという視点で事業を拡大してゆきます。そして、強調しておきたいのはどちらの事業課題においても最も重要なファクターはやはり「人」という事になります。いかなる商品 やサービスも新しいテクノロジーがベースになりますが、作り出すのはやはり「人」です。今ないものをゼロから作り出すのは、「人」でしかありません。一人ではなくより多くの人、チーム、組織が一丸となって生み出してゆくものだと思っています。我々とともに新しい販売促進のカタチを 探してみませんか。