

企業経営を楽しくするために、効果の出るやり方を作ってそれに集中しましょう。

%company%  
%free1%  
%free2%  
%name\_sama%

◆中小企業経営者列伝、第13弾。4回シリーズ

チャレンジ精神とお役立ち精神で  
チャンスの女神の前髪をつかむ！

銀行の文化、担当者の考え方、本音を熟知し  
時代や制度の変化に卓越したセンスで対応。  
銀行相手にソリューション営業の仕組みを構築した

全国の地銀・信金をネットワークする男  
宣研ロジエ株式会社 代表取締役 富居 公泰氏

- ◆第1回 銀行をネットワーク？
- ◆第2回 カリスマはどうやって生まれたのか？
- ◆第3回 対組織営業の奥義を極める
- ◆第4回 これからの宣研ロジエと私

~~~~~  
第1回 銀行をネットワーク？

【目次】

- 宣研ロジエって何の会社？
- ノベルティは「好意媒体」
- 信用が命
- 情報戦がソリューション営業の根幹
- 銀行は最適なマーケット

北は青森から南は沖縄まで  
全国の地銀のおよそ 80%、信用金庫の 98%、を取引先に持ち  
他の追随を許さない、圧倒的なシェアを誇る宣研ロジエ株式会社

このシリーズでは、その他に類を見ないビジネスについて  
一体なぜ金融機関に特化したのか  
どうやって独占ビジネスを構築できたのか

という点を  
地方銀行を熟知し地方銀行から絶大な信用を得ている  
富居社長にお聞きしていきたいと思います。

その第一回目は、宣研ロジエ株式会社とはどんな会社なのか  
に迫っていきます。  
お楽しみに！

## ■宣研ロジエって何の会社？

宣研ロジエはどんな会社か、というのを端的に言うと

創業 60 年、地方銀行の 8 割と地域金融機関に特化した広告代理店  
ということになります。

地方銀行に行くときよく目にする独特なデザインのキャラクター、メモ帳、チラシなど  
ノベルティの企画デザイン制作を一手に担い  
銀行の統廃合による CI,VI システムの構築をお手伝いしている企業です。

一概に地方銀行と言っても、  
2021 年段階で

地方銀行は 62 行  
第二地方銀行 37 行  
その他銀行は 14 行  
信用金庫 254 行

あります。

その業界で部分部分でライバルは要るが  
トータルでは誰もいない、ほぼ独占状態  
というのはすごいですね。

その構造を、会社に入社してから 38 年  
初代社長から引き継いでから 15 年、

富居社長は前職である商社マンの経験を活かし  
「ニーズを把握して叶える」、という  
単なる広告代理店ではなく商社的な動きをする中で築き上げました。

その実績からは地方銀行に永年寄り添ってきたキャリアを感じます。

具体的に「金融機関に特化した広告代理店」とは  
どういう事業かということ

銀行は、個人に対する取引と法人に対する取引  
の 2 つがあるんですが

主には、銀行の個人に対する取引のお手伝い  
具体的に言うと例えば個人ローンだったり住宅ローンだったり  
あるいは、投資信託、保険、その他いろいろなサービスを

銀行が商品発売したり拡販する時の販売の支援をする  
というのがベースの仕事で

それ以外に Web システムの構築や  
銀行の統廃合による CI,VI システムの構築をお手伝いしている  
ということになります。

## ■ノベルティは「好意媒体」

金融機関のノベルティ製作については

例えば、銀行はクレジットカードを発売するにあたって  
ただ銀行名で PR しても受けない。  
そこでクレジットカードのイメージキャラクターをつくり  
プレゼントするグッズを作る。

さらにコマーシャルも  
子どもから大人への波及効果を狙って  
子供向けのコマーシャルを流す。

すると子供はそのグッズが欲しいから  
クレジットカードを契約する。

という一連の企画を提案したりしています。  
子供の時に関係性を作っておくと  
それが引き続き中学、高校、大学そして社会人になるまで使い続けてくれる。

そうするとそれが口座なんかにつながっていったらなる。

最初に通帳を作ってくれることによって  
長い取引ができるというのが一番の目的です。  
お年玉とかを入れてますから、貯金箱を配る効果はある。

プレゼント(ギフト)は「モノ」ではなくて、行為から好意につながる  
心を伝える「好意媒体」なのです。

## ■信用が命

そういう時に気をつけなければならないのは  
銀行って子供からお年寄りまで取引しているので  
広く受けるということ、一般受けするっていうのがまず第一です。

奇抜なデザインや企画だと  
結構銀行のお客さんって多いのでクレームがあったりするので

誰にあげても受けるものであればクレームが少なくなりますから  
比較的広く浅く受け入れるもの、  
銀行の観点で言うと失敗しないものを創らないといけない。

銀行は信用が命です。

## ■情報戦がソリューション営業の根幹

そういう意味で銀行は横並び主義ですので  
一つの銀行で企画を成功させると次の銀行他の銀行で通用します。

つまり一つの銀行で実績を作ると  
その実績が他行にとっては安心材料となり  
仕事につながるという事なんです

これは銀行の人事の仕組みが関係しています。

銀行の広告の担当者って実は昨日までは支店で営業やってた人が  
人事異動で急に広告担当者になっていくケースが多いので  
右も左も分からない人が担当になっている。

そうすると何をどうすればよいのかわからない  
ってことになるので  
近隣の銀行および地域が違うのですけど同じキャンペーンをやって  
こういう事例がありますので成果ある程度出るんじゃないですか  
って提案をすることでその企画を採用していただく

という硬い営業していったら  
およそ 80%の地方銀行と取引をするようになったというわけです。

「ロジエ」にはフランス語で「バラの木」という意味があります。  
新品種の創造に、朝に夕べに弛まぬ努力と憲さんを続ける「育種家」のようにありたい  
という思いで宣研ロジエを育ててきました。

## ■銀行は最適なマーケット

しかしそもそもなぜ金融機関に特化したのかというと

今からおよそ 60 年前創業当時の宣研ロジエは「マッチ」を販売する会社でした。  
当時銀行はいろいろなお客さんに対してサービスをするためにノベルティを配っているし  
その範囲は県全体、またはそれ以上にも及ぶので  
その県全体で 10 万個とか 20 万個とかのオーダーで売れる。  
つまり 1 回の商売で多くの売り上げが上がる。

それに加えて銀行は倒産する恐れがない  
もう一つは銀行は金払いがいい

ということで銀行に特に力を入れたという事です

それが今ではノベルティだけではなく  
時代の変化に合わせて「Web 広告の制作」にも力を入れています。

銀行もやっぱりどんどん新しいことをやっていかないといけない状況にありますし  
マーケティングのプロの目でいろんな銀行の成功例と失敗例をちゃんと見極めながら  
成功確率の高いものを提供していくというのが当社の基本戦略ですね。

いかがでしたでしょうか？楽しみいただけましたか？

次回は

◆中小企業経営者列伝、第 13 弾。4 回シリーズ

チャレンジ精神とお役立ち精神で  
チャンスの女神の前髪をつかむ！

銀行の文化、担当者の考え方、本音を熟知し  
時代や制度の変化に卓越したセンスで対応。  
銀行相手にソリューション営業の仕組みを構築した

全国の地銀・信金をネットワークする男  
宣研ロジエ株式会社 代表取締役 富居 公泰氏

の第 2 回 カリスマはどうやって生まれたのか？

をお届けしていきますので、楽しみにしててくださいね。

それでは次回=08/23、またお会いしましょう。

編集長:岩下 一智 MRC

~~~~~  
■参考図書■Amazon 電子書籍

渋沢栄一翁の 合本主義「義利合一」の時代がきている

<https://www.amazon.co.jp/dp/BOCB9M6D2T>

\*著者:(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本 靖夫

~~~~~  
本記事に対するご質問やご感想は下記アドレスまでお願いいたします。

~~~~~  
バックナンバーは下記の URL を確認してください。

[https://rinenkeieishi.net/mail\\_magazine/hayabusa.php](https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php)

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を続けていきますので、重ねてご支援ご鞭撻を  
よろしく申し上げます。

次回、第 663 号は……

◆中小企業経営者列伝、第 13 弾。4 回シリーズ

チャレンジ精神とお役立ち精神で  
チャンスの女神の前髪をつかむ！

銀行の文化、担当者の考え方、本音を熟知し  
時代や制度の変化に卓越したセンスで対応。  
銀行相手にソリューション営業の仕組みを構築した

全国の地銀・信金をネットワークする男  
宣研ロジエ株式会社 代表取締役 富居 公泰氏

の第 2 回 カリスマはどうやって生まれたのか？

を 24・8・23(金)にお届けする予定ですので、  
楽しみにしててくださいね。

※なお内容は予告なく変更する場合がありますので、ご承知ください。

■LittleBiz 企業・中小企業で働く人々や、経営者が幸せでなければ、  
私たちは「世のため・人のため」になれない。  
とクルー一同尽力しております。

■平本靖夫、50 年の経営支援家人生の集大成 第 1 弾！

『合本主義「義利合一」の時代がきている』

Amazon kindle にて発売中！！ 2000円

<https://www.amazon.co.jp/dp/BOCB9M6D2T>

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。  
では、また次号で元気にお会いしましょう！

- 
- ◆発信日・・・毎週・金曜日
  - ◆発行責任者・・・Captain 平本靖夫
  - ◆編集長・・・岩下一智・(株) I&C・HosBiz センター 執行役員  
マーケット・クリエイター(MRC)・・・CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html>inoue

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>)

\*お問い合わせは「<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>」まで

ご愛読ありがとうございます

著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html>hiramoto

- ◆はやぶさ・に関するお問い合わせ・質問は  
メールアドレス：kazu\_zohan@hosbiz.net  
発行責任者：Captain 平本靖夫、  
編集長：岩下一智 MRC