

とうしん 景況レポート

2017.10月号



とうしん美濃陶芸美術館“茶室”
(とうしん学びの丘“エール”内)

地元と共にあり、共に栄える

 東濃信用金庫

すべての価値を創造する企業をめざして



株式会社 ゴイス

代表取締役

もりた こうじ
森田 宏治

(小野支店お取引先)

会社概要

所在地 春日井市小野町3丁目84番地

設立 平成23年1月6日

事業内容 映像事業（演奏会イベント収録映像、企業案内ビデオ、テレビ番組、CM等各種映像撮影、編集を含む映像コンテンツ全般）

イベント事業（さまざまな企画立案、プレゼンテーションワーク、イベント総合プロデュース）

DTP 事業（各種印刷物の企画から創作までデザインワーク全般、クリエイティブワーク全般及び広告代理業）

【主要取引先】

ヤマトホールディングス株式会社、ヤマトオートワークス株式会社、ヤマトロジスティクス株式会社、日本特殊陶業株式会社、第一三共株式会社、日本オーチスエレベーター株式会社 他



株式会社ゴイス 代表取締役 森田 宏治

—まず、会社のお名前の「ゴイス」というのはどういう由来ですか？

放送業界用語で「すごい」からきています。一般的に若い人たちは「ゴイスー」と言うのですが、昔から気に入っていた言葉です。あと、お取引先の方から会社名で呼ばれることが多く、短い方がいいと思って、この名前にしました。

—起業されて何期目になられるのですか？

今の会社は7期目です。前身の会社から合わせると10年を超えます。

当社はもともとウェブ制作を行っていました。しかし私は、YouTubeが始まる前から、映像コンテンツが足りなくなり、インターネットで見る時代が絶対来ると思い、映像に特化しました。メリット・デメリットはありますが、映像は目で見て、音で感じて、時間を支配しているという部分が、既存の媒体の中で一番強いと考えたからです。そして、思っていた通り、引き合いをいただくようになりました。

また、この業界でコンプライアンスをきっちり守ってやっていこうと思って、会社を起ち上げました。

—私ども金融機関は、コンプライアンス遵守に取り組んでおり、コンプライアンスを管理する部署があります。しかし、中小企業の場合、企業規模によっては、コンプライアンスがなかなか浸透しにくいところもあるのが実情だと思います。

私たちの業界では、社会保険に加入している会社は半分あるかどうかです。加入していても社長や一部の社員だけで、他の社員は国民年金に加入しているところもあります。しかし、それだと社員が不安になってしまいます。働いてくれるのは社員の人たちです。私は、彼らが生活できて、結婚できて、子どもができて、その子供たちが育って、さらに働いて納税し

ていくという、当たり前スキームが重要だと思っています。彼らを路頭に迷わせないと、今に至ります。それに高額な給料を払っても、その時は良い仕事ができますが、結局は独立してノウハウが流出してしまうということが過去にあり、社員が定着しませんでした。それよりは、未経験者を一から育成していこうと思って社員を教育しました。最初の1~2年目はもうだめだと思ったこともありましたが、

—社員の方が一人前になるのに、どれぐらいかかるのですか？

早い人だと3ヶ月くらいで任せていましたね。

—感性や技術が必要なのではないですか？

当社の特徴として、映像事業では、演奏会や幼稚園のお遊戯会を含めて年間700件以上、撮影しています。カメラを撮る構図など最低限の技術が必要なのは当然ですが、何より求められているのは音楽性です。当社は音大出身の人が多くいます。例えば、知っている曲であれば、次にどんな流れがくるか分かり、流れを掴みやすくなります。また、どのタイミングで映像を切り替えたらいのかという事も分かります。だから、早く一人前になるのです。

—一人を一から育てるといのは強みですね。

京セラの稲盛会長も、最初から人材を育てた方が将来長く在籍してくれるし、中心的な戦力になるということの本で書いてみえたので、なるほどと思っています。

—リピーターの方も多いのですか？

昔はリピート率が90%だったのですが、今は70%くらいだと思います。価格の安い同業者も出てきました。金額で当社を決めたところは、金額で離れていきます。それに手をこまねいて見ているわけにはいかないので、次のステップを考えています。

また、機材があれば、早ければ3ヶ月で誰でも仕事がこなせるようになります。私はそこに危機感を覚えています。1人で業務をこなしている人の方が、圧倒的に価格設定は有利です。しかし、当社の場合は組織でやっているのだから、安定したクオリティーを提供できるという強みがあります。

今後は、いわゆるブランド楽団といわれているところからの仕事の受注を目標にしています。ブランド楽団は、金額が高くて良いものを残そうという考えを持っています。当社の方が上手く撮れる自信はあるので、そこにステップアップしていきたいところです。

—御社はイベントの企画もしてみえますね。

私自身、広告代理店の人間だったので、広告の制作からイベントの企画まで何でもやってきました。「ひとり電通」みたいな状態でしたね（笑）また、当社のやり方の肝なのですが、社員は2~3台のカメラで撮ることに慣れているので、今どの映像が採用されて、次にどういう映像を撮らなければならないかという判断が個々で出来ます。ですからイベントでも、そのノウハウを活かして仕事を行っています。

—いろんなノウハウをミックスしてやってみえるのですね。

だから儲からないのです（笑）ニッチな部分に限ってやればそんなことはないのですが……。でもやりたいことがあって独立したので。

—ヤマトグループさんなどの大手企業さんとお取引がありますが、どのような経緯でされたのですか。

楽天のなかに、「楽天ビジネス」というビジネスマッチングの仕組みがあります。その仕組みを使ってヤマトグループさんの仕事を受けるようになりました。同じ仕組みで日本オーチスエレベーターさんともお取引があります。これで大手企業さんとお取引ができるようになりました。

—今後の展開や方向性はどのようにお考えですか？

ひとつステップアップして、違うところに打って出ていくことが必要だと考えています。この業界は技術革新が早くて、今は基本的にハイビジョンで映像が流れていますが、制作は既に4Kで行われています。でも、一般ユーザーには、4Kが普及していません。しかし、将来に備えて4Kで撮影したものをストックしておくことが必要だと思っています。

また、今後DVDやBlu-rayはなくなっていくでしょうから、どこよりも早くインターネットやスマートフォンでの映像配信を考えています。今は撮ったものを納品するまで、1ヶ月かかっています。私も長い間、多治見市の交響楽団で演奏してきましたが、やはり映像を一番みたいと思うのは、演奏会の打ち上げの時や、家に帰ってゆっくりする時です。しかし、演奏から一か月経ってからの納品では、気持ちも覚めてしまいます。今は携帯電話のデータ規格が4Gⁱですが、これが5Gⁱⁱになれば、演奏の1時間後にスマートフォンからテレビにつないで、高画質でみることができるようになります。

ですから、映像には特化して事業展開を行っていくつもりです。いろいろな人から、別の事業体はどうか

→編集の様子



←セミナー撮影の様子

と勧められます。しかし、映像からは離れません。居酒屋とかは絶対しません（笑）

—強みを生かした事業展開を考えてみえるのですね。

当社では、年間で約3万本のDVDを納品している計算です。単純に3万人は見ていることになります。さらに幼稚園のお遊戯会だと、園児だけでなく、その家族も見ていることになります。また、コンテンツだと、年間700本以上です。この蓄積したデータ資産を、将来的には何か活かせるといいと考えています。ただ、肖像権の問題など、クリアしないとイケない課題はたくさんあります。

—御社の強みや、他社との差別化はどのように図っていらっしゃるのですか？

すごく大切にしていることが一つあります。それは「お客様対応」です。この業界はカメラマンや編集など技術屋が多く、同規模の会社はほとんど技術屋で固まっている状態です。

会社の設立当初、市場調査で一般客のふりをして、他の同業者に電話をかけたことがあります。もともと別の目的で市場調査を行ったのですが、そこでいろいろ見えてきました。まず、価格を言わない制作会社が多いことです。

—それはどうしてですか？

忙しい日は高い金額をもらいたいという考えからです。ホテルと同じで、忙しい時は人や機材を集めないといけませんから。ですが、私はそのやり方をしませんでした。それはお客様本位ではなく、こちらの都合です。ですから、当社では価格をはっきり言うよ

うにしています。

—価格を明確にされたのは先進的ですね。

それから、電話で値段を引き出すのも大変でしたが、次に専門用語も多いことに気づきました。私は分かりますが、一般のお客様は分かりません。同業者は電話を受けても、うまくコミュニケーションがとれないところが多いので、そこに目を付けて、当社では「お客様対応」を重視するようになりました。

まず、お客様が電話をしやすい環境を作ることを心がけています。申込みはインターネットを通じていただくのですが、90%以上は申込後に電話をいただいています。

—技術を争ってみえる会社は多いですが、御社は顧客サービスに力を入れてみえるのですね。

当社の専務は、携帯電話会社でお客様窓口として、長く接客業に従事していました。そこで彼女を引き抜き、お客様対応に力を入れるようにしました。彼女は電話がかかってくると、必ず案件を受注しています。

—どのように受注をしてみえるのでしょうか？

「ザッポスの奇跡」という本でも同じことを書いていたのですが、彼女は必ずお客様の味方になって話をします。

—専務様は、どのように社員教育を実施してみえるのですか？

専務は、自分のやり方を率先して他の社員に見せています。そして「お客様の味方になる」ということを徹底しています。それから、お客様と最低20分は、電話で話すようにしていますね。

20分以上電話で話すことで、間違いなく当社のお客様になっていただけます。例えば、園児を持つ親御さんからの電話だったら「おめでとうございます。今、準備大変な時期ですよ」と子育て経験者が対応しますし、演奏会関係者からの電話だったら「〇〇の第何楽章がいいですよ」と演奏経験者が対応しますので、お客様と共感できます。お客様からは、いろんな会社にお問い合わせたけど、当社の対応が一番良かったから決めたとお声もいただいています。

今はたまたま映像を扱っていますが、根本はどんな仕事でも一緒なので、そこは徹底すべきだと思っています。

しかし今、暗礁に乗り上げているのは、SNSです。予想はしていましたが、LINEでやりとりをできないかというお声をお客様からいただいています。



(左 奥) 森田宏治社長
(右 奥) とうしん地域活力研究所 所長 伊藤光昭
(左手前) 東濃信用金庫小野支店 支店長 梅木 孝
(右手前) とうしん地域活力研究所 主任 大熊 菜月

—得意な会話のやりとりが、LINEでは難しくなりませんか。

そうですね。でもニーズがあるならと思っています。ただ「お客様の味方になる」という想いが、LINEで表現できるのかを考えています。

これからはそこがすごい課題になると思います。

—メールでも言葉のとらえ方が、人によって違ってきます。話した方が早いこともありますね。

お客様と仲良くなることができれば、電話もしていただけたらと思います。しかし、時間はかかると思います。

—御社はサービス業ですね。

サービス業です。思い出を映像で残すという、責任重大な仕事です。

私がこだわっているのが「価値」です。「『価値』とは何だろうか」、「お客さまの求める『価値』に合っているのだろうか」という事を、いつも自分に問いかけています。

【当社へのお問い合わせ】

TEL:0568-29-6364
FAX:0568-29-6365

までお気軽にどうぞ。

i 複数の通信規格を総称した呼び名のこと。
「G」は「Generation(世代)」の略で、「4G」とは「第4世代」を指す。
ii 「第5世代通信方式」のことで、現行の「4G」と比較すると、数十倍の通信速度で、格段のデータ容量を取り扱えることができると考えられている。