



「トライの後に成功は見えてくる」と語る  
平林CEO＝坂井市のチャンススメーカー  
(杉本哲大撮影)

# 夢語り挑戦 繰り返しを早く

## チャンススメーカー(坂井)

目指せ100億円

県内宣言企業に聞く

「売上高100億円を目指す」。チャンススメーカー(本社福井県坂井市坂井町福島)の平林満CEOは15年ほど前、そんな夢を口にした。当時の

年9月期の連結売上高で「100億企業」を達成する見込みが立った。  
1910年創業の老舗。長く続いた印刷業から、ダイレクトメール(DM)とノベルティの2本柱の販売促進支援業に進化した。平林CEOは「既存事業の深掘りが大切。多方面には手を出さない」と力を込める。徹底的な顧客目

線と、業績が上がる仕組みづくりで成長を遂げてきた。  
平林CEOは「社員にはまず夢を語ってもらう。夢の実現のためまずトライをしてもらう。トライの後に成果は見えてくる。その繰り返しを早くする意識を一人一人が持てるかで、100億円達成のスピード感が変わる」と語る。(坂下亨)

【6面に続く】

× × ×

国内経済の成長には、国内企業の99・7%を占める中小企業の成長が欠かせない。国内上位1万数千社しかない、年売上高100億円以上の「100億企業」を目指すことを宣言し、奮闘する県内経営者の思いを聞く。＝不定期掲載



## DM、ノベルティで販促支援

## チャンスメーカー (坂井)

目指せ100億円  
県内宣言企業に聞く



「若い社員の皆さんと共に成長する」と語る平林CEO＝坂井市のチャンスメーカー(杉本哲大撮影)

チャンスメーカーの直近の売上高は約71億円(2025年9月期)、100億円達成目標は27年9月期。従業員数はグループ計348人。

【1面から続く】  
チャンスメーカーの平林満CEOは「営業力の向上をどれだけ短くできるかが、すごく重要」と強調する。自社を「営業の会社」と位置付け、約70人いる営業部隊は全員、電話かオンラインでの商談を基本とする。オフィスでは、カジュアル

な服装の社員がヘッドセットを付けて業務に当たる。営業車は1台のみだ。従来の営業は「経験値に頼って提案してしまつ」(平林CEO)ため、数年前に廃止した。「とりあえず外回りというのは時間の無駄」。社員の大量退職という予想外にも見舞われた

が、結果的に業績は落ち込まなかった。無駄を省く営業の裏側にあるのが「工場、商品力の充実と教育。会社がちゃんと強くなってあげる」と。DM事業は「1分1秒でも早く届ける」ことを売り

にする。顧客がDMのデザインを人稱したら、断裁まで人の手を介さないよう自動化を進めた。工場は無休で1日16時間稼働。商品の購買データとDM発送をひも付け、購入直後の消費者に関連商品の情報を届けるようにした。「手にとってもらえる」アナログの強み

## 商談は電話かオンライン 無駄省き「商品力強化」

# 営業力向上 いかにかに早く

に、「情報の鮮度を落とさない」という「武器」を加え、ライバルに立ち向かう。

ノベルティに関しては「便利で豊富」が信条。種類の多さに加え、人工知能(AI)が顧客の販促に最適なグッズを提案し、仕上りのイメージまで示す。

ノベルティごとに消費者の使用時間を割り出し、1日当たりの広告費も見える化する予定だ。一部商品の内製化にも取り組んでいる。

それでも足りない部分は、M&A(合併・買収)で補う。昨年12月、カタロ

グ・DM受託のメール(神奈川県)を買収した。同社はチャンスメーカー本社工場の3倍の生産能力があり、最大120万通規模の大ロットDM受託が可能となった。メールもチャンスメーカー同様に100億企業を宣言。2035年の目標達成を目指す、改革に取り組んでいる。

100億企業が見えた今、平林CEOは「2030年に300億企業」というさらなる大きな夢を描く。東京証券取引所への上場準備を進めている。

大げさでもないから夢を掲げ、「チャンスメーカー」であることに誇りを持ち、掲げた夢から逆算して行動を起こす。社員一人一人がこれを繰り返すことが大事だと平林CEO。共に大きな夢を追いつけることが、100億企業の原動力。チャンスメーカーは、若い社員の皆さんと共に成長する会社だ(坂下享)

100億企業 年売上高10億円〜100億円未満の中小企業が自ら100億円の目標を設定し、実現に向けた取り組みを行う宣言をする。中小企業庁と中小企業基盤整備機構のプロジェクトで、宣言企業は補助金を活用できるなどのメリットがある。全国3497社、県内30社が宣言している。