Tobe会　2019年9月19日（月）18:00～　新大阪丸ビル本館

メンバー　服部、前田、西村、水谷、谷水

**ウォッシュ・デオ　パンフレット**

・意見交換完了。きれいなラフを近日中におこす予定。MAN TOMAN山内氏に依頼予定。

**ビルメンヒューマン＆クリーンEXPO2019**

・今年は、運営会社とブースバーターの約束がとれず、出展はなしの方向となります。

**新規会員獲得の方向について**

・服部　会員を増やしていく手段として、ミラクルシールドを阪和・装栄など２次店に会員制付きで卸していく方法が前回議題になったが、反対。今までどおりミラクルの良さ理解をしてくれた会社限定で増やしたい。ここでひと案、大阪ビルメンテナンス協会に賛助会員に入れるように手筈を進めてあるので、賛助会員に入会し、会の中でＰＲしたい。会費として月額１３０００円必要（３ヶ月毎の支払い）。

・前田　賛助会員に入会するなら、協会の中のなんらかの委員会に参加する方が良い。ＰＲの機会を多く獲得できる。誰がいくのか？？？

・以下、様々な意見交換。

・前回、ミラクルを２次店に扱ってもらう案について、あくまでも会員数を増やすことを目的として、問合せ件数の増加を狙うものであり、その後はいつものパターンでショールームを案内したりで理解してくれた会社のみを会員になってもらうものです。ミラクルの販売量の増加を目的とした案ではなかった。

・２次店に卸せば、約１万社ぐらいのビルメンと繋がっている状況はつくれるが、問合せが多い場合にはその都度の対応は時間的に無理だ。誰がするの？　それよりも、定期説明会を準備しそれに参加してもらうようにすると運営も可能な範囲ではないか。

・ひとまずは、１万社に可能性を求めるのではなく、ビルメンテナンス協会の約２４０社にむけてできる範囲で訴求していくのがいいのではないか。

・今、我々の話しのターゲットは、会員獲得が目的になったのでビルメン会社攻略になっている。以前との違いを整理して理解しておきたい。以前は、ミラクルシールドの普及において、ビルメン会社にいくら提案してもだめ、管理会社を動かせたり、オーナーを動かせるようなビルメン会社でないと話しが進まない。なので、ユーザー攻略でいく。フィットネスクラブなど、ユーザー・オーナーの建物でデモを行い、効果を実感していただく。ミラクルの良さを認めて頂いて、業務として発生させ、協力会社に施工してもらう。こうすることで、ミラクルシールドの施工面積＝販売量としては伸ばしているが、施工をする会員企業は、繰り返しのデモ施工についてきてくれている会社に限られるので、会員の増加には結びつきにくい動き方と言える。　①JEMAが収入源として狙うものは、会費なのかミラクル販売量・益なのか、②それによって活動のターゲットが、ビルメン会社なのかユーザー・オーナーなのか。　　この辺りは、複合的に検討すれば良いが、違いを整理して話し合ったり理解していく必要がある。

・大阪ビルメンテナンス協会の、ビルクリの実技試験会場の床にミラクルをベースに施工している件で、この会場内にミラクルを塗ってある、とかのなんらかの掲示物をかかげてよいと了解を得てきているので、掲示物・POPの検討必要。

次回　未決　後日調整さんにて。

以上