

月刊誌「アイソス」の2012年度購読者分析 デキル認証機関の課題克服モデルを参考に アイソスの方向性を考える

編集部

認証機関のトップの方を取材すると、全体の認証件数が頭打ちになっている状況の中で、実に明確に自機関の今後の方向性を語れる人と、そうでない人がいることに気づく。明確に語れる方々の話をまとめていくと、生き残れる機関と生き残れない機関との差というものが見えてくるし、そういった話は、ISOマネジメントシステムや標準化を扱う雑誌社として、自社の生き残り術の参考にもなる。今回は、月刊誌「アイソス」の2012年度(2012年4月1日～2013年3月31日)における購読状況を示し、そこからアイソスの今後の方向性について、認証機関の課題克服モデルを参考にしながら述べてみたいと思う。(編集部)

読者の業種第一位は「建設」 第二位は「コンサルタント」

月刊誌「アイソス」は、創刊時は月刊ではなく、雑誌名も「アイソス」ではなかった。1996年1月30日、中尾優作が個人で季刊誌「システム規格」を創刊、1998年4月に株式会社システム規格社を設立し、雑誌を月刊化、雑誌名を現在の「アイソス」に改題し、今に至る。今年、月刊誌になって15年目を迎える。

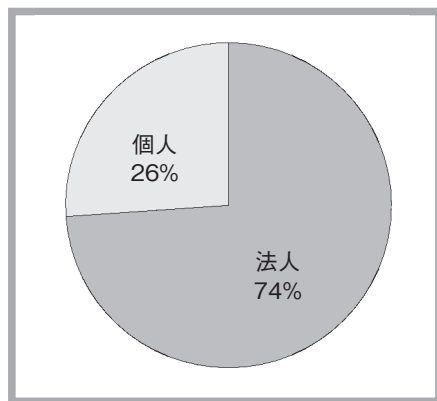
今回は2012年度の1年間におけるアイソスの購読状況を調べてみた。購読料請求先は、法人が74%、個人が26%である(図表1)。法人読者は、社名だけでなく、部署名や担当者名まで書いていただくが、個人読者は基本的に自宅の住所と名前と連絡先を書いていただくだけなの

で、個人読者の職場内容はほとんど分からない。ただ、おそらくプロの方(コンサルタントや審査員)が多いのではないかと推測している。もちろん、職場で必要なのに、会社から経費が出ず、やむなく個人で買っているという境遇の方もおられるだろう。

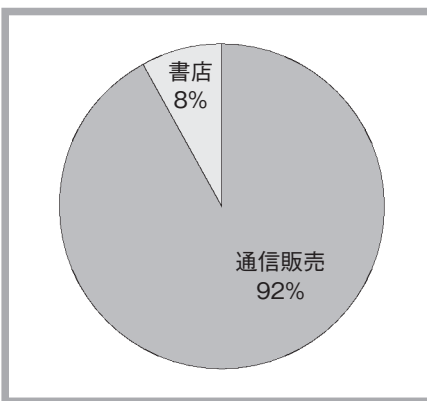
販売方法は、通信販売(当社に電話・FAX・メール等で購読を申込んだ方に対して、当社から直接メール便で会社または自宅に毎月お送りするというパターン)が92%で、書店販売はわずか8%である(図表2)。書店販売といっても、トーンや日販といった大手流通を通してはではなく、アイソスのような専門雑誌を扱うのが得意な流通会社をお願いしている。また、1年間の注文件数を、年間購読と単品購入(1冊とか数冊)とに分けると、年間が87%で、単品が13%である(図表3)。

つまり、基本的には、通信販売による法人の年間購読料で当社の経営は成り立っているということになる。なので、ある月の号だけおもしろいとか役立ったとかではダメで、年間を通じて法人ユーザーのニーズを満たさなければならない。タイムリーな特集と、業務のヒントになる毎月の連載がセットになっていることが重要だ。

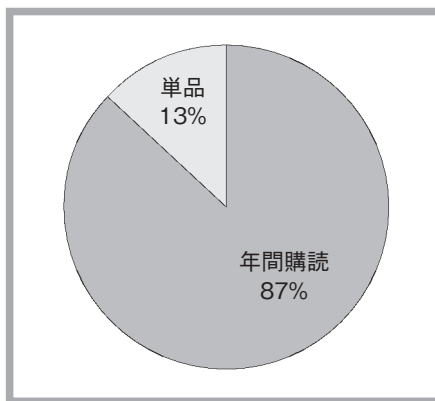
さて、法人ユーザーのニーズを知るには、どういう業種の人たちが読者なのかを知っておく必要がある。業種別内訳を示したのが図表4・5である。本誌では毎号巻末に、ISO 9001とISO 14001の業種別認証件数の円グラフを掲載しているが、それと大きく違うところは、業種に「コンサルタント」(12/6%)と「認証・検査機関」(4.7%)が入っていることだろう。そもそもこの両者の国内規模はどれくらいなのか。



図表1 購読料請求先

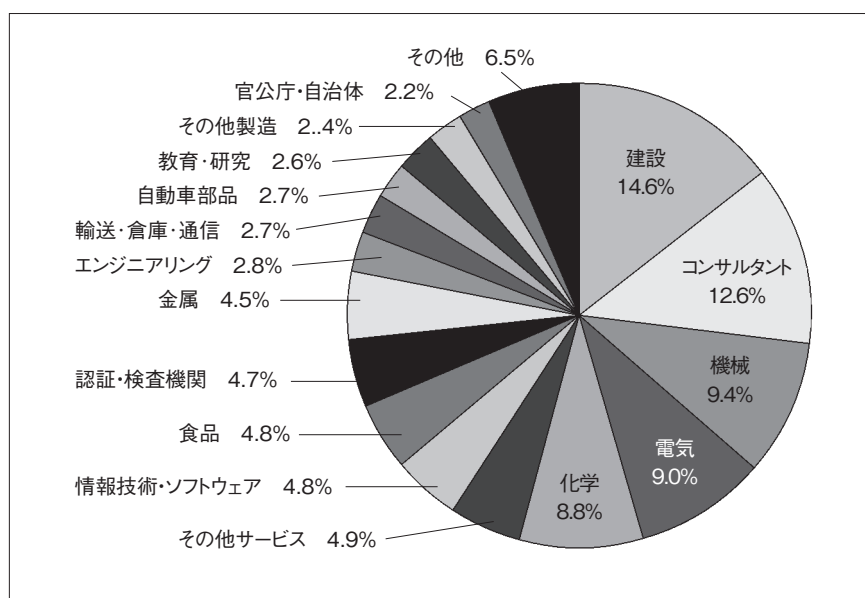


図表2 販売方法



図表3 購読方法

図表4 アイソス購読者の業種別内訳



認証・検査機関の数は、JABがホームページで公表しているデータからだいたい規模が推測できるが、ISOコンサルタントの数というのは、何から推測すればよいか。アイソスでは、契約審査員の数が目安になると考えている。契約審査員の中で、審査だけで生計を立てている人は非常に少なく、たいいてはコンサルタントの仕事が主である。2011年10月20日、本誌が集計したアンケート結果によると、回答した43の認証機関の契約審査員数は3,502

人だった(詳細はアイソス2011年12月号80～81頁)。日本には60以上の認証機関が活動しているから、実際の契約審査員数はもっと多いはずだ。こういったISOコンサルタントのうちの数百人の方々が、本誌読者として第二位を占めている。

アイソス読者の現在の業種別シェアで、ISO 9001の認証件数が下降傾向を顕著に示し始めた2006年度と比較すると、一番大きな変化は、「建設」のシェアが大幅に減ったことである(図表6)。「建

図表5 「その他 6.5%」の内訳

その他	割合
ゴム・プラスチック	1.2%
ガス・電力・石油	1.2%
卸・小売	1.0%
製薬	0.9%
再生業	0.8%
包装	0.5%
医療機器	0.5%
病院・介護施設	0.4%

設」は今でも第一位だが、数年後には他業種と変わる可能性が高い。また、「情報技術・ソフトウェア」(4.8%)、「食品」(4.8%)のシェアが比較的高いのも本誌の特徴である。SIerのようなエンジニアがアイソスを結構熱心に読んでくれたりする。「食品」が増えているのは、アトランタ・ショックの影響が大きい。

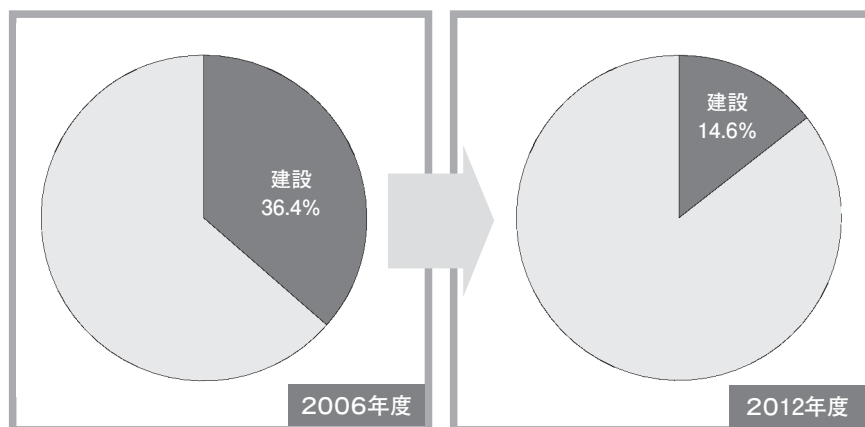
このほか、セクター規格を扱った特集や連載記事などの反響を見るために、業種を細かいカテゴリに分け、ISO/TS 16949では「自動車部品」、FSSC 22000では「食品」「包装」、医療の質やISO 13485では「製薬」「病院・介護施設」「医療機器」などの読者数の増減をチェックしている。

「品質」と「環境」で読者の半数を占める

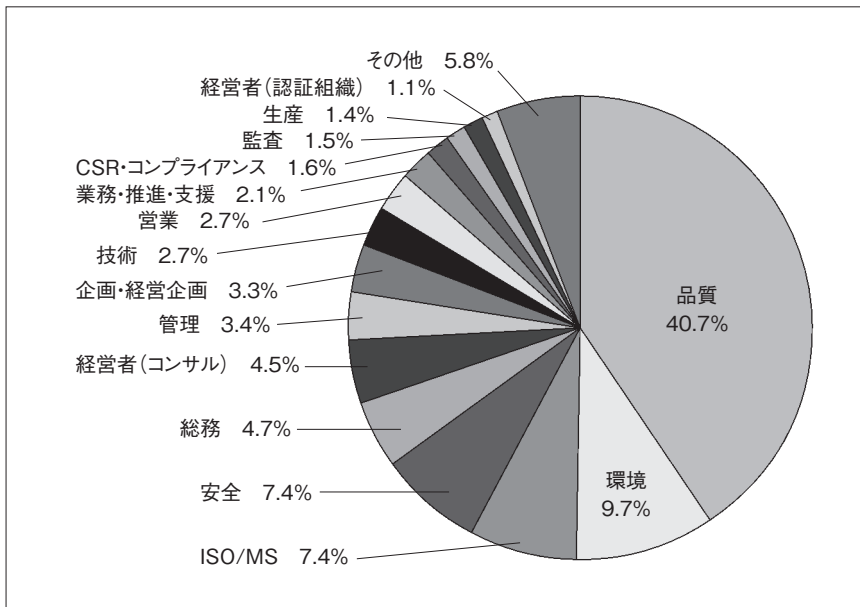
続いて、法人ニーズを掴むためには、読者の所属部署を把握することも必要である。次頁図表7・8は、アイソス購読者の所属部署の内訳である。

これを見ると、「品質」が4割を占めてダントツに多い。具体的な部署名だと「品質保証」が最も多い。続いて「環境」が1割。この2つで半数を占める。第三位の「ISO/MS」というのは、具体的には「ISO推進室」「ISO課」「マネジメントシステム推進担当」といった名称の部署のこ

図表6 アイソス読者層の建設特化がおさまる



図表7 アインス購読者の所属の内訳



図表8 「その他 5.8%」の内訳

その他	割合
審査	0.9%
情報	0.8%
図書・資料	0.7%
開発	0.5%
内部統制	0.5%
製造	0.3%
購買・資材	0.2%
その他の部署	1.9%

モデル事業の知見から学ぶ 既存MSの活性化策

最後に、これまでの取材をもとにアインスで作成した「認証機関の課題克服モデル」(図表9)を参考にしながら、そのアインス版(図表10)を考えてみた。

認証機関が抱える大きな課題は、ISO 9001/14001認証の減少(中でも建設分野は激減している)の中、いかに事業の継続・発展を遂行するかである。低価格競争に陥らないためには、新規・新分野への参入が不可欠であり、その具体的な展開として、前向きな機関は、新規認証分野への参加、新規の独自標準開発、二者監査代行、業界標準審査への参入などに意欲的に取り組んでいる。

アインスにとっても、部数減に大きな影響を与える認証件数の減少は大きな問題である。認証機関同様、新規・新市場への取材等による読者への情報提供は重要な取り組みだが、一方で既存のMSの活性化をはかる編集企画も必要である。現在展開している経産省のモデル事業などは、組織が再利用可能な知識を産業ドメインごとに抽出できる活動として、大いに参考にしたい。これまでもアインスでは誌面でMS認証組織の成功事例を紹介してきたが、そこに事例を構造化し、知識を抽出するという作業が欠けていた点を反省したい。この作業には、行

と。「総務」「管理」「業務」といった一般名称の部署内にも読者は結構いる。「経営者」は5.6%を占めるが、そのほとんどはコンサルタントであり、認証組織の経営者は1.1%にとどまる。経営者直下の部署として、「企画・経営企画」(3.3%)、「CSR・コンプライアンス」(1.6%)、「内部統制」(0.5%)なども最近増えてきた。なお図表7・8では、1読者は1項目のみに該当しているわけではない。最近では「品質環境安全部」といった名称が多いので、そんな部署の読者は、図表7・8の「品質」「環境」「安全」の3項目に該当している。

これまでQMSとEMSを別々に審査していたのを統合審査に切り替えると、通常、審査工数が減り、審査料金も別々でやるよりは安くなる。これは、認証機関にとっては、うれしいことではないかもしれない。同様のことが、アインスにも起こる。同じ会社で、「品質保証部」と「環境管理部」とで別々にアインスを購読してくれていたのに、両部署が統合して「品質環境部」ができると、アインスも2冊ではなく1冊だけの購読になる。うーむ……

休刊相次ぐ標準化雑誌



ISO発行の隔月刊誌「ISO Management Systems」、以下月刊誌で、日本規格協会発行の「標準化ジャーナル」、日科技連出版社発行の「クオリティマネジメント」、日刊工業出版プロダクション発行の「ISOマネジメン」

