



代表取締役社長
小松 肇彦氏



株式会社 小松総合印刷

<http://www.ko-ma-tsu.co.jp>

住所：長野県伊那市横山10955番地1

TEL. 0265-72-3129

創立：1963年（昭和38年）

代表取締役：小松 肇彦としひこ

問い合わせアドレス：info@ko-ma-tsu.co.jp



圧着 DM やスクラッチカードを通じて「売れる仕組みのお手伝い」

株式会社小松総合印刷は、百貨店やスーパーをはじめ地元企業との取引を中心に総合印刷業として成長してきた。1990年代後半になると主力のチラシが強烈な値下げ要請を受けるようになり、業態変革を模索した。2002年に菊半截6色UV印刷機を導入して、DM やスクラッチカードのような、売上に直接つなげるための販促印刷物に進出した。当時珍しかった圧着 DM は大ヒットし、社運をかけた業態変革を乗り切った。現在は、紙があるからこそこのマーケティングオートメーションで差別化を目指す。同社社長の小松肇彦氏に、業態変革の経緯と今後の展開をお聞きした。

印刷業から販促支援事業へ

お客様に直接見てもらい、触れてもらうことが大切だと考えて、セミナー、展示会、ホームページで積極的に情報発信している。経費はかさむが、他社より一歩先を進むには必要な先行投資だと割り切っている。しかし、タイミングが早すぎて失敗することも多かった。「10年くらい前にQRコードを印刷したスーパーのチラシを作ったが、誰からも理解されず、一回だけの試みで終わった。今やっと、ああいうチラシが出始めたのかな。東京だったら分かる人もいる



ペッパーがロビーでお出迎え



LED-UVとランプ式UVを併せ持つ
RMGT 790 (2016年ご導入)

とあって、それから知名度向上に力を注いだ。今では『(社名を)聞いたことあるな』という人がホームページを見て問い合わせることが増えた」(小松社長)。その後、顧客ニーズの細分化が進み、お客様一人ひとりに応じたワンツーンマーケティングが不可欠な時代になった。インターネットの急成長を背景に、QRコードをバリエーション印刷した販促印刷物と、ランディングページ(注：QRコードをスマホ等で読み取ると現れる、個人毎のホームページ画面)

の双方を手掛けるようになった。新しく顧客層に加わった広告代理店や大手印刷会社が求めたのは「レスポンス」だ。印刷物の納品にとどまらず、受け取った印刷物に反応して資料請求や購入といった行動に移す「レスポンス」の最大化がカギだった。販促投資に対して金額換算した効果の割合をみるROI(投資対効果)の重要性を理解した。そういう中で、会社の使命を「売れる仕組みのお手伝い」に見定めて、印刷業に加えて販促支援事業を掲げた。



スクラッチカードやUV圧着技術を展開した印刷サンプル
(当社製品には個人情報掲載されるため、サンプルを別途作成している)



お客様に定期的に届ける情報誌
(冊子右上に印刷されたQRコードは1冊ずつ異なるので、ホームページを閲覧した人を特定できる)

世界に一台だけの ハイブリッド枚葉印刷機で飛躍

販促支援事業を深堀りしていくと、全国展開するような大手チェーンのもとには100万部を超える仕事がざらにあった。オフセット印刷機でカラー印刷、PODでバリエーション印字の後に、再びオフセット印刷機に載せてUV圧着する今までのやり方では、大量の仕事を到底こなせそうになかった。常に一歩先を攻める小松社長は「オフセット印刷の後に、コダック製 Prosper インクジェット装置を搭載して宛名やQRコードをバリエーション印字すれば、ワンパスでこなせると考えた。リョービさん(当時)にお話ししたら、最初は驚かれたが、無理を言って作ってもらった。オフセット印刷とデジタル印刷のハイブリッド枚葉印刷機は世界で一台だけ。いまや当社で一番稼ぐ印刷機になっている」(注:2011年から稼働)。



オフセット印刷後、インクジェットでバリエーション印字する
B2判ハイブリッド枚葉印刷機

マーケティングオートメーションへの 取り組み

紙があるからこそ、にこだわって「メールとDMを組み合わせた『キャンペーンオートメーション』から、当社なりのマーケティングオートメーションをスタートした。DMの前後にメールで案内すると、メールの開封・未開封、Webアクセス有無などの結果が数字に現れる。1回やってみると良い

所、悪い所が明確になり、違う切り口でもう一回試行する。こうして、リストやテストマーケティングの精度が高まっていく。始めて1年半が経つが、お客様とキャッチボールしたりして、事例やノウハウが溜まってきた」と小松社長は手ごたえを感じている。「(印刷物の)目的は何ですか、お客様のその先のお客様のニーズは何だと思いますか、と当社営業も制作もお客様に訊くようになった。生意気と思われるかもしれないが、そういう話の方がお客様は乗ってくださる。いろいろな場でセミナーを開催して直接お伝えするようにしている」(小松社長)。

常に、一歩先に

2016年に導入したオフセット印刷機は、LED-UVと従来式UVランプをハイブリッドで、胴間に複数設置できるB2判6色機だ。「こんな(他所にない乾燥装置の配列の)機械を買う人は僕以外にいないでしょう」(小松社長)。先を見据えた投資なので、その構想を実現するために必要なインキや圧着ニスを、メーカーと二人三脚で試している。インキメーカーとしてもこのような先進的な構造の機械は他にないので、新しい配合を調合しては、長野まで来て印刷テストを重ねている。

「お客様からいろいろなニーズが寄せられるが、当社の規模ではすべてに対応できない。海外も含めていろいろ視察しながら、当社の強みが生きて、取り組みやすく結果が出やすいことをどう探すが、(社長である)僕の仕事だ」(小松社長)。

「実際、地方の中小印刷会社さんとの取引も多い。各社が専門特化していく中で、弊社の製品を品揃えにうまく組み込んでおられる印刷会社さんには、元気な会社が多い。

そうやって助け合える関係を増やしていきたい」と小松社長はウィン・ウインの関係構築を志す。

「個人情報を扱うので、お客様は必ず工場を見に来られて指摘をされる。セキュリティや



情報管理の先行投資は重たいが、それを正さないと大きな仕事をいただけない。旧工場でもプライバシーマークの認証は取っていたが、個人情報管理の観点で限界を感じていたので、清水の舞台を飛び降りるつもりで、今の工場を建設した。旧工場にあった機械で現存するのは断裁機くらいで、他はすべて入れ替えた。もともとチラシをやっていたが、値下げに対して大変な労力をかけたし苦労した。あの時の単純な価格競争に戻りたくないで、一歩先のことに力を注いでいる」と、小松社長は常に前向きだ。

リョービMHIグラフィックテクノロジー株式会社
中日本営業部 林 良仁

2002年に菊半截6色UV印刷機をご導入以来、永く付き合っています。主力商品である圧着DMやスクラッチカードは、ニスコーティングやUV乾燥に加えて、断裁や印字など後工程をスムーズに進められる仕組みが大切です。仕事内容を深く理解して、印刷機だけでなく、前後工程も含めてご提案しています。

