

4

April
2008

印刷メディアを展望する
総合情報誌

印刷情報



【特集】

JDFは進化する



ルポ・原稿=田中 肇

多彩な紙加工技術で 付加価値を創造する 研究開発型印刷企業

美創印刷(株)



社長 村上 一宏氏

●ドイツ製折機の活用

同社は、村上一宏氏の父親である、村上寅夫氏により昭和50年に創業した。寅夫氏はその10年ほど前から製本加工会社であるムラカミ紙巧を経営していたが、印刷会社の下請けとして苦勞していた。たまたま美創印刷が売りに出たので、「自分が印刷もやろう」と、それを買い取ったのがスタートである。

8年前に寅夫氏がクモ膜下出血で倒れ、急遽一宏氏の出番となった。

その時点では、会社の主な仕事はある大手印刷会社の完全下請けであった。その会社が化粧品の説明書を手折りで行っていたのに目をつけた。ドイツ製折機を購入し、機械折を提案して受注した。ハイデル機を購入し、高級化粧品のパッケージ特色印刷も受注した。抜き、貼りの仕事も始めた。

同社では、「美創のエジソン」といわれる寅夫氏の弟である村上勝之進工場長の存在が大きい。

あらゆる機械を改良に改良を重ねる。工場長が折るとマニュアル以上のものが折れる。工夫の天才である。その代わり、3台に1台は機械を壊してダメにしてしまうという。ドイツ製折機の改良に際しても、想像以上の機能向上なので、機械メーカーのエンジニアがドイツから視察に来るほどだった。

会社データ

社名 美創印刷(株)(本社 東京都調布市)
 社長 村上 一宏氏(45歳)
 年商 4.3億円
 社員数 30名
 主力商品 印刷、打ち抜き、エンボス(浮上)、箔押加工、折り、貼り、組立加工、欧米特許製品の輸入販売
 主力顧客 自動車会社、医薬品会社、食品・飲料会社、タバコ会社、保険会社、出版・広告会社、音楽会社、印刷会社

●大手通販会社との取引に成功

一宏氏は、大手印刷会社で10ヶ月ほど経験後、3年間渡米。カリフォルニア州立大学でMBAを取得した。世界的な広告代理店であるマッキャンエリクソン社に就職して帰国した。4年間大手企業を担当し退社した。ここで一休みして、もう一度新たな進路を見出そうとしていた時に、父親が倒れたのである。

それまで、父親は一宏氏に「会社を継げ」とも何もいわず、好きなようにやらせてくれていた。

その当時、会社は売り上げ2億円超、社員10数人で、大手印刷会社1社の売り上げが8割を占めていた。「この印刷会社さんがどうかなったらうちの会社も危ない」父親と一緒に苦楽を共にしていた社員達が「お前がその気になるなら、俺の目の黒いうちはお前についていくよ」と言ってくれた。

こうして村上氏は専務として美創印刷に入社した。村上氏の課題は、新規顧客の開拓と、差別化商品の開発の2点であった。

こんなときに大手通販会社に提案のチャンスが訪れた。健康商品には能書が封入されている。また、商品の開封時に消費者に貼ってもらう「いつまでに使用してくださいというシール」が別に封入されていた。通販会社にとっては、能書とシールの2点を封入する作業になる。時々、シールの封入忘れも発生する。そこで、村上氏は、「能書とシールを一緒にできないか」と考えた。シールの粘着材の開発と、貼り方の工夫に半年かかった。工場ラインも変更した。通販



フラッパーを商品展開

会社に提案したところ、いきなり50万部、100万部の注文が入った。最初の1ヶ月は、ラインが完成していなかったので、手作業でこなした。指紋がなくなるくらい大変な作業だった。3ヶ月かかったがラインが完成したので大量部数の作業も軌道に乗っていった。

この提案は、通販会社にとっても、シールの入れ忘れがなくなる、封入の作業が半分になりコストの低減につながる、という2つの大きなメリットをもたらした。

しかし、半年もすると、競合会社が現れ、納入価格が低下した。またしばらくすると、他社がちょっかいを出してきて価格が下がる。この仕事は今でも続いているが、価格競争のため、納入価格は当初の半分ほどに低下している。村上氏は「特許を取っておけば良かった」と反省している。

●フラッパー折と出会う

平成12年、一宏氏は美創印刷の社長になる。「常に何か差別化できる商品はないか」と考えている村上氏がぱったりと出会ったのが、フラッパー折である。アメリカ・シカゴのプリントショーの帰りの飛行機の中で、ショーでもらったフラッパー折のカードで遊んでいたとき「これだ!」とひらめいた。フラッパー折とは、1枚のカードが、1面から4面へと開き、またまた1面に戻り繰り返し開いていくカードである。

このカードは、アメリカ・インタービジュアルコミュニケーションズ社(現ストラクチャル・グラフィックス社)の特許商品である。

カリフォルニアのサンタモニカに本社がある。

村上氏はサーフィンが好きだ。販売権取得の交渉に加え

て、サーフィンもできると、同社に乗り込んだ。最初は相手にしてくれなかった。メキシコまで行ってサーフィンを楽しんで、2週間後また訪問した。スタッフの一人が、「お前波乗りしているのか、俺もやるから夕方一緒に海岸に行こう」と誘ってくれた。そのスタッフが「あいついい奴かもしれない」と口をきいてくれて社長と商談が出来、フラッパー折の日本での販売権を獲得できた。正に好きなサーフィンでつながった縁であった。

フラッパー折製品の日本での展開が始まった。

最初の1年間は試行錯誤であった。まずあらゆる会社のチラシを集め、それをスキャンして、手作りでフラッパーを作成した。当該企業に「御社にいいものを持っていくから検討して欲しい」と電話してアポを取り付けプレゼンして歩いた。

訴求のポイントはレスポンスの率、費用対効果である。フラッパーの価格は、通常印刷物の3-4倍かかる。レスポンス率が3-4倍以上なら、効果がある。1社ずつ説得して歩いて多くの優良企業を開拓した。

●多くの一流企業のフラッパー使用事例

フラッパーの訴求スローガンは「1枚の紙にどれだけの付加価値がつけられるか」である。発売以来、一流企業によるたくさんの製品使用事例を生み出して来た。業種別の事例を紹介する。

・教育・学習塾・学校

体験学習DM (ベネッセコーポレーション)

高校・大学学校説明会案内(開成高等学校)

入学手続き案内(東京コンピュータ学院専門学校)

・自動車ディーラー

新車発表会告知(トヨタ自動車)

低金利キャンペーン告知(ヤナセ)

新車発表DM(ホンダ自動車)

・食品・飲料

ボトルネック用告知(コカ・コーラ)

ビール工場見学コース案内(アサヒビール)

新しい飲み方カード(サントリー)

・出版・広告

新刊付録(講談社)

雑誌綴込付録(集英社)

幼稚園向け冊子付録(フレーベル館)

・携帯電話・ゲーム・電気機器

FOMA告知(NTTドコモ)

新製品ゲームソフト告知(プレイステーション)

ワンセグおすすめ告知(パナソニック)

・金融・保険・証券

新型投資信託告知(あさひ投資信託)

セールスレディの販促ツール(日本生命)

金利キャンペーン(シティバンク)

・音楽・映画・スポーツ

映画パンフレット(東映映画社)

新規オープン告知(小湧園)

NEWアーティスト告知ツール(ソニーミュージックコミュニケーションズ)

・不動産・建設・ホテル

ホテル設立記念クーポン(軽井沢プリンスホテル)

展示場案内告知(トヨタホームズ)

耐震技術説明(穴吹工務店)

・医薬品

医師に対する新薬告知(大日本住友製薬)

これだけ一流企業がこぞってフラッパーを使用しているのは、驚異的である。いかにフラッパーが多くの人々をひきつける魅力的なセールスツールであるかを示している。

フラッパーによる売り上げは全社の35%を占めている。

2年前村上氏はホームページをリニューアルした。同社の一番強いものを集中的に訴えるために、フラッパー中心にした。問い合わせも増加している。また、販売代理店制度を導入した。全国に7社の代理店があり、印刷会社への対応は、以下の2社が扱っている。

・ジー・ピー・エス(株) 東京都港区

・(株)キングコーポレーション 東京都台東区

ジー・ピー・エス(株)は、紙卸商だが、印刷会社の開拓にフラッパーを効果的に使用している。

フラッパーを始め同社製品の販売は、代理店が担当し、美創印刷は、製品の研究開発と製造を担当する。

●多彩な商品群

同社は、フラッパーの他にも魅力的な多彩な商品群を持っている。

- ・ポップアップスタンド
カードの両サイド上部を押し下げると真ん中よりもう1枚のカードが飛び出す
- ・スライドカード
カードを引くとメッセージが飛び出す
- ・フォールディングマップ
二つ折りのカードを開くと中面から、より大きな紙面が規則正しい折り目に沿って広がる
- ・オープンカード
カードの両端を引っ張ると中央より新たなイメージが出てくる
- ・クリッパー
5角形と6角形のパーツを組み立てると立体的な球体が出来上がる
- ・ウィンドウ
1枚の紙に数種類の窓がある
- ・ジグポップ
飛び出すパンフレットとはひと味違う
- ・スライドメディアケース
開くと飛び出す
- ・マルチリーフ
左右に開くだけで大きな紙面になる
これらの製品の中には、USパテントを取得済みのものや、同社の実用新案登録済みのものもある。

最近フラッパービジネスカード(名刺)が、確実に出荷枚数を増やしている。

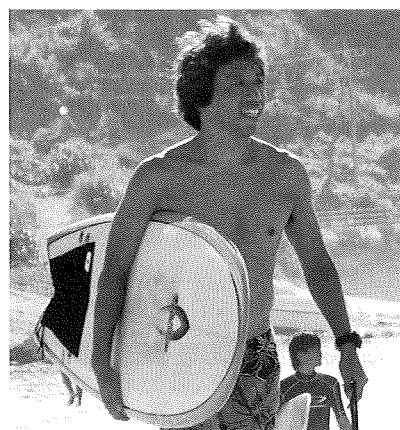
フラッパー名刺誕生にはこんなきっかけがあった。ある時工場の皆さんがフラッパーで名刺を試作した。村上氏はそのとき正直「たかが名刺」と思っていた。ドイツのドルツパに持っていったら、みんながびっくりして評判になった。そこで、商品ラインに加えることにした。問題は価格であった100枚で5万円になる。今は10面付けして、100枚1万4千円-1万5千円である。確かに高価だが、200枚なら、1万8千円、300枚なら2万円程度と枚数が増えれば単価は下がる。名刺は業界を超えていくから、とんでもないところから引き合いが来る。名刺はリピート性があるから、商売的にも面白い。NTTのFOMA部隊でも使われている。

同社の社員数は30名。内訳は、営業3名、生産管理3名、印刷5名、抜き3名、CTP3名、他は折り、貼りの加工を担当している。

設備は、菊半裁
5色機 1台、菊
半裁

2色機 1台、
抜き機 3台、折機
3台、CTP機な
どを有している。

売り上げの9割
以上が抜き、貼り
の加工を伴った印
刷物である。単純
な印刷だけの印刷物は受注していない。



サーフィンを楽しむ村上氏

今後の方向に関して村上氏は次のように語ってくれた。

- ・一流企業を対象とした特化市場は、今後もメーカーとして直接コンタクトして、より深くお付き合いをしていく中で、顧客の要望を十分に取り入れた商品開発を行う
- ・フラッパーを中心として印刷物のブランド化を広めていく
- ・店頭マーチャンダイジングの分野へ進出する

村上氏は、マッキンゼーエリクソン時代、「マーケティングなんて関係ない。現場に行ってみよう。現場には驚きと感動がある」と現場主義を叩き込まれた。これからも、得意な紙加工技術を駆使した魅力ある商品を開発して、コミュニケーションの現場に多くの喜びと感動を与え続けてくれることであろう。

一言集約：自然から学ぶ



村上氏はサーフィンが好きだ。仕事の合間、時間があると湘南の海に波乗りに行く。波乗りは、完全に相手のペースに合わせないとできないスポーツだ。海に行っても、波がなければ出来ない。風の向き、砂の地形、今その時間にオンタイムに自分を置いておく状況を作らなければ出来ない。村上氏は、波乗りから、「状況を的確に判断する事と、時を読むタイミング」を学んでいる。

田中肇

たなか経営研究所(電話045-788-5525) 所長

E-mail tanakei@ceres.ocn.ne.jp

印刷業の総合コンサルタントとして印刷業界の夢あるビジョン実現を支援している。

全日本印刷工業組合連合会 特別顧問
若手印刷人経営塾を主宰