

# 効果的な販促支援を バリエブル印刷で実現 常に新しい可能性を追求して顧客ニーズに応える

## 株式会社小松総合印刷

長野県伊那市に拠点を置く小松総合印刷は謄写版印刷業として創業し、その後オフセット印刷も導入し、スーパーのチラシなど地元企業との取引を中心にビジネスを展開していた。しかし、現在は印刷を軸にしながらも、Webや動画を絡めての販売促進支援ビジネスに特化している。顧客も首都圏を中心にして、全国に広がっている。効果的な販促ツールを制作する上でポイントになっているのがデジタル印刷機によるバリエブル印刷である。同社のデジタル印刷の活用について代表取締役社長の小松肇彦氏に伺った。

### 他社にはない付加価値で差別化

90年代半ば以降印刷市場での競争が激化する中で、同社も厳しい経営を強いられていた。そのような状況で社長に就任した小松氏は、新たな活路を求めてさまざまな機会を活用して情報収集を行っていた。そんな時、アメリカの印刷会社・広告代理店視察に参加し、そこで大きな刺激を受け、現在の同社につながるヒントをつかむ。

「当時の日本の常識では思ってもみなかったこと、無理だと思っていたことが、見学した幾つかのアメリカの印刷会社では行われていた。やはり、地方の印刷会社が生き残るためには、他社にない付加価値でお客様にアピールし、価格競争から脱却しなければならないと考えた」（小松社長）

そうした思いで導入したのが、特殊印刷に対応できる6色UV印刷機で、普通の印刷会社ではできない商品を持って差別化していこうということだった。それが現在でも主力商材の一つとなっている圧着DMなどの商品開発につながり、販促支援ビジネスという業態へ移行していくことに



小松肇彦社長

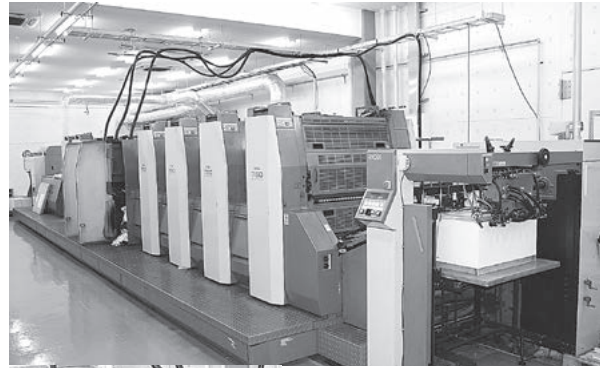
なった。販促関連の展示会などにも積極的に出展し、お客様の生の声を聞きながら改良や商材開発を行い、さまざまな販促支援ツールを商品化している。

圧着DMのほかにも、LED-UV印刷、スクラッチ印刷、バリエブル印刷などを活用した組立式卓上カレンダーDM、スクラッチカード、三角くじ、圧着くじ、返信はがき付うちわメールといった販促支援ツールがある。これらの商材の中にはネットメディアの連携ツールとして活用されているものもあり、効果的な販促ツールとして評価されている。

「レスポンスのないダイレクトメール（DM）など作っても意味はない。そんなDMでは顧客ニーズに応えたことにならないと考えていたので、自社の印刷機を使って、どういうDMを作ればよいかを全社員で考え、サンプルを作り、顧客の反応を探った」（小松社長）

同社が目指したのは単なる印刷物としてのDMではなくて、レスポンスが得られるDMの仕組み提案だった。そして生まれたのが、圧着DMで開封率を高めるレスポンスツール付DMやチケット内蔵型DMなどである。

それらの中で、ポイントの一つになったのがデジタル印刷機によるバリエブル印刷で、宛名印字やシリア



Prosper S5を搭載したUV 枚葉機



ル番号・ID、バーコード、QRコードなどを印刷している。例えば商品販促のDMでも、返信用はがきに顧客記入欄に顧客名、住所、過去の注文商品などをあらかじめ印刷して顧客の手間を省くことで、返信率は上がるという。いわゆる One to One マーケティングで、一人ひとりの顧客の嗜好などに合わせて印刷内容を変えることで、効果を上げようというものであり、現在、同社が力を入れている分野である。

このような商材で欠くことができないのが、バリエーション印刷が可能なデジタル印刷機の活用なのである。

### Kodak Prosper S5の導入

現在、同社が生産する全品目の約1/3が何らかのバリエーション印刷になっている。宛名印刷などは開始当初は月に数万件だったものが、今では月に100万単位の件数に増えている。

バリエーションデータ（ナンバリングなど）の印刷が必要な仕事を受注するようになった当初、オフセット印刷でベースを印刷し、バリエーション部分はモノクロのデジタル印刷機を使用して、追い刷りする形で生産していた。このころは、どのような生産方法が適切かのノウハウがあるわけでもなく、最適な生産方法を模索しながらも、とりあえず追い刷りで対応していた。しかし、徐々にバリエーション印刷の仕事が増えて、追い刷り方式では対応しきれなくなりつつあった。

さらに、最初にオフセット印刷する場合は菊半裁で印刷しても、デジタルプリンターで印刷するには菊4サイズに断裁しなければならない。ここで印字した後で、圧着するためにはもう一度オフセット印刷機を通す必要がある。また、圧着した後では印字できないので、断裁して、表裏を印刷するとなると手間が2倍、3倍と掛かる。ロットが少ない場合は、何とかこなせて

も、大量ロットになると納期の調整が難しくなっていた。当時、3台のモノクロプリンターがフル稼働していたが、数日にわたって連続稼働していると、機械に問題が出てきて予定通りに生産できない。モノクロプリンターが不調になると連動してオフセット印刷の稼働にも影響が出てしまうことが起こるようになった。

「バリエーション印刷が必要なDMなどはロット数がそんなに多くないという印象があるかもしれないが、実は流通業大手など全国にチェーン展開するような企業になると、100万部単位、数千万単位、中には1億枚といったものもある。大きな仕事がすぐそこにあるわけだが、そういった大量ロットをこなすとなると、従来のデジタル印刷機で追い刷りするような生産体制では短納期ニーズに応えることはできない。大ロットを短納期でこなせるような新しい生産設備が必要になった」（小松社長）

そこで注目したのがKodak Prosper S5プリンティングシステムで、プリントヘッドをUV印刷機に搭載し、インラインで処理できるようにした。

「以前から印字品質とスピードでProsper S5に注目していたが、平台印刷機に搭載するには用紙のバタつきがあって印字品質を保つのが難しかった。しかし、LED-UV印刷が登場したところから印刷機の安定性が増してきたので、メーカーに開発を依頼し、世界初となるインクジェット搭載インラインUV印刷機を2011年に導入した。

宛名印字だけなら他にもやりようがあると思うが、生産性を改善するだけでなく、宛名以外の商材にも活用したかった。また、ニスを引き出した後の印字では文字がにじんでしまうので、印刷と同時にバリエーションデータを印字してニス加工までワンパスで処理できるようになって、飛躍的に生産性が向上した」（小松社長）

同社では、この印刷機の特長を生かしてA4サイズの大判圧着DMを開発し、これにバリエブル印刷を行い商品提案の幅を広げている。

現在、モノクロプリンターの方は、小ロットのバリエブル印字で活用している。

一方、このように宛名印字などお客様の個人情報を扱うためには、個人情報保護を徹底し、顧客の信頼に応える体制が必要になる。そこで、2006年にプライバシーマークを取得すると、2009年には入退室管理を徹底できるようセキュリティー性を高めた新社屋へ新築移転した。さらに個人情報を扱う部屋は再度入退室管理を行うとともに、データサーバーはオフラインで、アクセスできる担当者も限定するなど、2重3重のセキュリティーシステムを構築している。このセキュリティー体制が顧客から評価され信頼を得ている。

### 紙のマーケティングオートメーションへの挑戦

カラーのデジタルプリントでは、富士ゼロックスの700 Digital Color Pressが2台稼働しており、これまでも絵柄の一部を何種類か変えて印刷するバリエブル印刷を小ロットのDMなどで活用している。

同社では販促支援企業として、One to oneマーケティングに力を入れているが、そこを強化する新たな取り組みに挑戦している。紙によるマーケティングオートメーションで、それを具体的な商品に落とし込んでいくために注目したのがカラーバリエブル印刷である。写真やイラストといったイメージに加えて顧客の嗜好やニーズに合わせた内容をバリエブル印刷することによって、訴求力を高め、より効果の高い販促商材を生み出していこうとしている。そのような商材開発と生産性を強化するために、新たにHP Indigo 10000 Digital Pressを導入した。

「カラーバリエブルがモノクロより難しいのは、技術的な問題よりも、それなりのコストが掛かることもあり、お客様からカラーバリエブルに高い付加価値を認めもらう必要があることだ。当社としては、お客様が負担するコストに見合うだけの高い効果を実現する



HP Indigo 10000 Digital Press

商材を提案していきたい。そのためにも紙によるマーケティングオートメーションを追究し、実現していかなければならないと考えている。それは例えばWebと連動し、顧客データを分析し、ニーズや嗜好などに合わせて、その顧客に最適なDMを提案していくようなことかもしれない。あるいはARやQRコード印刷して、Webや動画と連動するようなものかもしれない。とにかく、これまでにはなかったような形で高い効果を上げられる商材を提供できないとカラーバリエブルは成功しないし、普及していかないだろう」(小松社長)

同社はデジタル印刷機を単なる小ロット用のオンデマンド生産機としては見ていない。効果的な販促ツールを提供するために必要な生産機だという認識で、デジタル印刷ならではの機能を存分に発揮できるような形で活用している。同社が紙のマーケティングオートメーションを十分に活用できるようになったとき、カラーバリエブルの新たな可能性が開かれるだろう。

(文責：編集部)

#### 株式会社小松総合印刷

〒396-0029 長野県伊那市横山10955番地1

TEL 0265-72-3129 / FAX 0265-73-6625

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

創立：1948年

事業内容：販売促進支援業（売れる仕組みのお手伝い）

圧着DM、オフセット銀スクラッチの印刷、各種可変印字（宛名印字・ナンバーリング印字・ID・PW印字・4C可変サービス）、UVニスエンボス印刷、DM発送代行、マーケティングオートメーション