

新たなビジネス事例

印刷イノベーション

クロスメディア事業の展開例

顧客のマーケティングを支援する デジタルメディアカンパニーに 変革

株式会社正文舎（北海道札幌市）

2034年に100年企業となる総合印刷会社の株式会社正文舎。この10数年ほどの間にデジタルメディア分野に注力し、各種Webサイトの企画・制作・運営、SEO・SEMの提案、各種データベースの構築・運営管理、クロスメディア構築の運営管理を展開する企業に業態変革してきた。

岸昌洋社長は「私は三代目になるが、2007年に社長に就任した時に全社員の前で『印刷会社を継いだつもりは全くない。会社という組織を継いだのであり、印刷という業態を継ぐ意思はありません』と話した」という。既に18年前に時代の移り変わりを察して、印刷業からの脱却を図ることを目指したのである。

現状の売上構成比は、印刷の売上が7割以上占めており印刷業が主体であるが、近年は紙メディアの売上が減少傾向にあるのは否めないことから、顧客の販促をアナログからデジタルまで幅広い領域で支援し、特にデジタルメディアの新規開拓に重点を置いている。その表れとして「今年からお客様のマーケティングを支援する会社として方針を掲げている」とのことで、デジタルメディアの比重を高めてマーケティング支援カンパニーを標榜している。

■Webに精通した人材を雇用し事業化を

岸社長が就任した当初からWebサイト制作を始めることになったが、それを可能にしたのは、北海道庁、札幌市役所、北海道開発局などの自治体の印

刷物を受注した際に、ホームページ制作も請け負うアプローチを推進したからだ。正文舎が広報誌などの刊行物を作成していたため、顧客のデータや画像を保有していたことを活かして受注に繋げていったという。

当初は社内の人材を使って部署間を異動させてデジタルメディア制作に当たっていたが、思いの外インターネット関連事業が立ち上がらなかったという。「印刷業一筋に仕事してきた社員に違った仕事をさせるためには、知識やノウハウの習得が求められるが、ゼロからのスタートということで事業を醸成させる土壌が築けなかった」と、岸社長は述懐する。

そこでWebに精通している人材を雇用し、専門部署を立ち上げることにした。「当時はまだ今のよう



レンタルサーバー事業



スマートフォンゲームアプリを開発

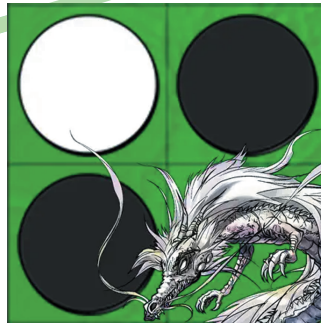
最前線!

第1回

この連載では、既存の印刷製品の優良事例や非印刷領域における先端事例を紹介します。



麻雀ゲーム「麻雀 昇龍神」



オセロゲーム「リバーシ Jeky & Hydrie」
<https://www.syoubunsya.co.jp/business/app/>

に人材難ではなく、経験者からの応募があった」という。最初にレンタルサーバー事業を設けて、Webサイトの企画・制作・運営管理、データベースの企画・構築・運営管理を開始した。

その頃、中途採用した社員の中に麻雀ゲーム開発に必要なゲームエンジンを保有していた社員がいたことから、オリジナルの麻雀ゲームの開発に乗り出すことになった。当時、スマートフォンが普及しつつあった時代でスマートフォンゲームアプリケーション開発部門を立ち上げて「麻雀 昇龍神」とオセロゲーム「リバーシ Jeky & Hydrie」も開発し販売したのである。

苦労した点は、スマートフォンのOSがバージョンアップするたびに、ゲームのプログラムの更新、機能アップの向上を図ることだったという。既に10年以上の販売実績を持っており、多くのファンに愛されていることが窺い知れる。

ところで、同社の印刷事業はデジタル印刷機によるデジタルプリントファクトリーを構築している点が特徴である。印刷業務の自動化・効率化が進み、営業担当者は市場開拓の時間が取りやすくなったという。「社内にシステム開発部門があるため、顧客にWebやインターネット関連の仕事の提案が行えて、新たなデジタルメディアの受注に繋がった。また、

印刷のダウンタイムに新規ビジネスを組み込めて、営業と制作間のコミュニケーションも密になった」と、デジタル印刷への転換が営業活動に好影響をもたらした、システム開発の受注に繋がっていった。

■顧客にもMAツールの導入を進めて支援を

また、顧客のサーバーを管理・運営する仕事を請け負うことにも注力した。「震災や災害に対応するためのBCP対策からお客様のサーバーを管理する提案を行っている。データをバックアップすることの重要性を説いて仕事に結びつけている」とのことだ。サーバー管理によって、さまざまなWeb関連サービスを提案できるようになった。

さらに、ECサイトの開発・運営も行っていることから、バックヤード側のシステム稼働、在庫管理を請け負う提案でECサイトの構築も受注しているという。

「新しい事業を始めるためにはトップダウンで強力に推進していくことが必要である。システム開発、デジタルディア制作へトップ自らが関心を示し、社員に積極的に促すことが大切である」と、岸社長はトップダウンが不可欠だと話す。しかも顧客のものづくりでは、的確な「カタチ」になるまでディレクションを行うチームが付いて常に顧客とコミュニケーションをとることの重要性も説く。

現在同社では、万が一全体の売上が落ちても確実に増益するように利益追求型の企業を目指しており、その一環として、販促の展示会に毎年出展し、新規顧客獲得に注力しているという。

「当社はマーケティングオートメーションツールを導入し活用しているが、同時にお客様にもMAツールを進めて当社でデータをキャッチアップし、お客様のマーケティングをフォロー、あるいはコンサルティングしていく仕事も進めている」とのことだ、

新たなビジネス事例 印刷イノベーション最前線!

今年推進するビジネスの柱となっている。

最後に経営理念について「ものづくりのプロ集団に主軸を置いた経営を展開する上で、共に歩む社員は会社の財産である。社員皆が『シアワセ』であるためには新しいことを学び、助け合って、顧客の役に立つことをするのが当社のミッションである」と、岸社長は述べる。

株式会社 正文舎

所在地：北海道札幌市白石区菊水2条1丁目4番27号

代表者：代表取締役 岸 昌洋

創業：1934年

URL：<https://www.syoubunsysa.co.jp/>

地元資源の有効活用例

地域情報発信の担い手が
地元資源を活用し独自商品を
開発販売
株式会社大風印刷（山形市）

■フリーマガジンを介して顧客とコラボ

1947年に創業し、山形市内に本社を置いて地域に根差した営業をしている総合印刷会社の株式会社大風印刷は、2004年9月にフリーマガジンの「gatta!」を創刊した。山形の人・モノ・街・文化を改めて見直し、山形の良さに本質から気づきかけになってもらうことを目指して発行している無料月刊誌で、山形県全域のほかには仙台市内や東京都内にも配布している。

「gatta!」は、印刷という活字に関する正業を続けてきた大風印刷が、新たなコミュニケーションツールとなっており、今では電子版「gatta! web」も配信している。また読者へのアンケートによると、同誌は「地域に密着した内容である」「実際に広告を出して問い合わせや来店者の数が増えた」「商品が予想以上に売れた」といった回答で占めており、大風印刷のブランドツールとなっている。

『gatta!』の編集室は、営業本部の中のビジネス

デザイン部に所属しており、同誌の編集制作を担っているが、もちろん社内のデザイナーや営業担当者のサポートを受けて発行している」と、大風営業本部長は編集体制について話す。

同社は印刷物制作と並行して地域の企業や店舗とのコラボレーションで、オリジナル商品の開発を進めてきた。一般的な印刷会社では、商品のラベルやパッケージ制作は顧客や代理店を経て依頼されてくるのが通常であるが、同社では自ら商品を企画して、メーカーや店舗に打診し、コラボレーションで製造販売しているのが特徴だ。

今年1月に「gatta!」創刊20周年記念として山形県産米を使用したビール「 KYU LAGER（キュウラガー）」を300本発売したが、これは5年前から編集部メンバーが副原料のガッタ米（はえぬき）を作っている農家とコラボする形で米作りに携わり、田植えから収穫、精米、袋詰めなど一連の製造を経験したことから生まれた。ガッタ米を原料にした点が実に画期的と言えるだろう。そして昨年になって、山形市のクラフトビール醸造所とタッグを組んで収穫したガッタ米で同ビールを誕生させたのである。



「キュウラガービール」

編集部自ら米作りからビールのネーミング、デザイン、ロゴマークまで全て創作したため、商品に対する思い入れは一入に違いない。「今まで印刷物しか作ってこなかった社員たちが、食品という印刷とは全く違う商品をゼロから作ったことで、ものづくりの苦労を感じたはずだ。今後、さまざまな仕事の場面で役立つと思っている」と、大風営業本部長は商品づくりを体験した意義を話す。

■商品を通じて顧客とwin-winの関係築く

また同社は、ビール以前にもいくつも商品を作っている。山形6カ所の製麺所の蕎麦を1つのパック



「山形ひっぱりうどん」のイラスト



焼肉のタレ「ニク愛好家」



「名前のないふりかけ」

にした「やまがた蕎麦三昧」、地元の顧客との繋がりにから生まれた「山形ひっぱりうどん」（たれとサバ缶付き）などは、山形の新たに価値創造のため業種業界の垣根を越えて連携し、最初に新しい取り組みにチャレンジした商品である。

そして、最も好評を博して昨年5,000本を販売したのが焼肉のタレ「ニク愛好家」だ。「出荷できない山形県産サクランボの佐藤錦をピューレにしたものが入っているという。「お客様からピューレの活用法の相談を受けた弊社の営業担当者が、社内での会議でサクランボ入りの焼肉のタレを提案したところ、他にないし面白いのではないとなって開発に臨んだ。メーカーにピューレを渡して試作品を作ってもらい、社員が味見をして製品化した」（大風営業本部長）と、最高級のサクランボピューレが豊富に入った焼肉のタレを開発したのである。「初年度の2021年に1,000本を販売したところ2ヵ月ほどで完売し、2022年と2023年に2,000本にしたところこれも完売。2024年4月には5,000本発売し残り僅かになっている。今年は今から仕込みに入る」とのことで好評を博しているが、食品メーカー顔負けの商品開発力といえよう。

そこで焼肉のタレの成功を受けて、今年、焼肉のタレをベースにした『名前のないふりかけ』を開発した。これも社員の自信作である。先述した商品は、同社のオンラインショップサイト「よってけろ YAMAGATA」で販売しているが、これら以外にも大風印刷が山形県の美味しいものをセレクトし販売しており、商品点数を増やしているところだ。

商品開発に余念がない状況を見ると、事業として大きな柱になっている感があるが、「売上は印刷事業が9割を占めていて、食品販売を含めた他の事業の1割程度である」という。

また、前述した「蕎麦三昧」や「ひっぱりうどんセット」を企画し販売することはB to Cになるが、それだけでは大きな売上にはならない。企画販売したことが企業の目に留まり、記念品にしたいという意向に繋がって、B to C to Bという仕事に結び付き大きな売上にしていくことが可能となる。

「お客様から記念品として弊社の商品を使わせてほしいと言われることがある」と、実際に顧客の販促品として同社の商品が活用されており、win-winの関係を築いている。それだけ同社の商品が優れている表れだと言えよう。

今後の経営方針について大風本部長は「印刷物だけでは先細りしていくので、お客様の課題を解決できる提案型営業を目指している。ものを売ることも重要ではあるが、『コト』を売っていくマーケティング活動を通じて、お客様がPRしたいことに対して確固たる成果を上げられるように、さまざまなメディアを駆使してサポートしていきたい」と、ビジョンを話す。

株式会社 大風印刷

所在地：山形県山形市蔵王松ヶ丘1丁目2-6

代表者：代表取締役 大風 亨

創業：1947年

URL：<https://www.okaze.co.jp/>