

印刷技術懇談会 2021年7月例会(第492回)

「藤原印刷 新規顧客の創造」

～既存ビジネスモデルからの脱皮と挑戦～

藤原 章次氏(ふじわら あきつぐ)(藤原印刷株 営業部次長)

- 日時：2021年7月9日(金) 18:30～20:30 (参加者：43名)
- 場所：オンライン(Zoom)による参加(@藤原印刷 東京支店)
- 講演要旨

藤原印刷株は長野県松本市に本社があり、東京の千代田区神田に東京支店を置いている。講師の藤原章次氏(営業部次長)は、現社長、藤原愛子氏の次男で、兄の隆充氏(専務取締役)と一緒に「藤原兄弟」として語られている。

今回の講演の肝は、「顧客(市場)の課題への向き合い方とその解決への実行力」であろう。筆者は傾聴しながら印刷市場にはまだまだ掘削されていない「鉱脈」があるものだという思いを持った。結局、顧客の課題への向き合い方ひとつで、その鉱脈へたどり着けるかどうかということになるのであろう。

さて、講演の骨子は以下である。

✓ 藤原印刷について

- 創業について「フジハラタイプ社」(祖母 藤原輝氏のこと)
- 「モノクロの藤原、文字組の藤原」という評判
- カラー印刷機の導入 ⇒ カラー化への対応
- デジタル印刷機の導入 ⇒ 極小ロットへの対応

✓ デザイナー達の印刷会社に対する不満とそれらへの対応

- 「印刷会社が理由で自分のやりたいことが出来ない」

✓ 組織の成長と市場からの「情報集積」のはじまり

- 経験値の上昇
- プリンティングディレクターの採用

✓ 新しい仕掛けや試み

- 「印刷屋の本屋」(PTBS=Printing Teller Book Service)⇒「個人」の出版市場への取り組み
- 「心刷展」(藤原印刷の展示会。山梨で開催)
- 「心刷祭」(藤原印刷のオープンファクトリー)

章次氏は、「顧客が何を求めているか」というフレーズを繰り返し熱く語り、また「自分がやりたいこと(やれること)」ではなく「顧客がやりたいことをやる」とも何度も述べている。

氏の営業活動は「出版社」が主体だったが、「個」(デザイナーや個人)へきめ細かなアプローチが実を結んで、今では売り上げの一定のボリュームを占めるに至ったという。

新しい案件に対しての「組織間のせめぎあい」もあったとの事。「営業(章次氏)」と「製造現場」との間で「やってくれ」「やれない」の摩擦があり、章次氏は、相当苦労はしたものの、最終的に製造現場の納得が得られ、顧客ニーズベースの新しいことに取り組むことが出来るようになったという。ここでも「顧客がやりたいことをやる」という考え方がエンジンになっている。

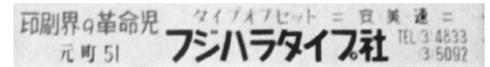
最後に、「心刷」(しんさつ)という言葉に触れたい。これは、藤原印刷の創業者で祖母の藤原輝氏の言葉で「一文字一文字に心をこめ、一冊一冊を大切にしてお本を作る」という意味との事。まさに同社の「芯棒」ともいえものであろう。その後、時代は変遷し、現在では、「心刷展」「心刷祭」という名称になって、新しいコンセプトのもとに展開している。コロナ終息後に向けて、次の新たな試みや仕掛けが出てきそうな予感を感じさせる会社である。



.....以下、メモ.....

■ 藤原印刷(株)について (<https://www.fujiwara-i.com/>)

- ✓ 1955年 創業
 - 藤原輝氏(祖母)「フジハラタイプ社」をタイプライター1台から始める。
 - 「文字組」からスタートした会社で、「印刷」からスタートした会社ではない。
- ✓ ずっと「モノクロ印刷の会社」だった。
 - 出版社中心のビジネス
 - 「文字組の藤原」「モノクロ藤原」と言われた。
 - 「きれいな組版を作るのは藤原印刷」という評判あり
- ✓ 2007年(カラー印刷への取り組み開始)
 - モノクロ印刷機：8台(本文の印刷)
 - カラー印刷機：2台 (本のカバー、帯、カラー本文の印刷対応)
- ✓ 2010年
 - 章次氏入社
- ✓ 2011年
 - オンデマンド機導入(極小ロットの印刷対応)



■ 藤原章次氏のプロフィール

- ✓ 1984年生まれ
- ✓ 現在、桑沢デザイン研究所 非常勤講師 ⇒ 「印刷」を教えている。
- ✓ 2010年9月1日 藤原印刷(株)入社
- ✓ 自社の展示会「心刷展」の企画・運営
- ✓ 自社工場をオープンにしたブックイベント「心刷祭」の企画・運営
- ✓ 自社で印刷した本を販売する PTBS(Printing Teller Book Service)の立ち上げ
- ✓ 印刷代の一部が寄付される「キフ印刷」の立ち上げ
- ✓ 平和紙業との「効果のあるなしの境界線」合同展の企画・運営



■ 「藤原兄弟」

- ✓ 写真右：兄の隆充氏(藤原印刷(株) 専務取締役)
- ✓ 写真左：今回の講師で弟の章次氏(営業部 次長)
- ✓ 講演では、「一緒に家業を継ごう」ということになったいきさつや、お二人で仕事をする楽しさなどが語られた。
- ✓ 以下の記事にその詳細有り
「印刷会社に新しい風を吹き込む藤原兄弟。藤原印刷の Hidden Story」
- ✓ <https://www.j-wave.co.jp/original/tokyouunited/archives/the-hidden-story/2021/02/26-103818.html>

■ 章次氏の営業活動の軌跡

- ✓ 入社後は出版社中心の営業活動
- ✓ デザイナーへのアプローチの始まり
 - デザイナーからは「印刷会社が理由でやりたいことが出来ない」(印刷会社への失望感)という声が多かった。
 - デザイナーが普段付き合っている印刷会社は決まっていた。
 - しかし、デザイナーからは、印刷会社に対して、「あれができなかった」「これがやってもらえなかった」という声(不満)が強かった。
- ✓ 章次氏の疑問
 - なぜそうなっているのか？
 - 印刷会社は、印刷の発注者(デザイナー)に十分こたえているのか？
- ✓ 印刷現場との議論
 - 現場のリアクション「これはうちの仕事ではない」
 - 章次氏：印刷会社は「自分たちがやれるのか、やれないのか」ではなく、大切なのは「顧客がやりたい」という事をやることこそが重要
 - 何人かの現場の職人が章次氏の思いに賛同して、はじめての仕事、難易度の高い仕事に取り組むようになった。
- ✓ デザイナーへの提案と説明
 - 「リスクとりターン」をきちんと説明する。
 - 代替案を説明する。
 - 価格を説明する。
- ✓ 結果
 - 受注増へとつながる。
 - 章次氏の年間の売上目標：(出版社以外で)1億円の設定&宣言⇒3年後に達成
 - デザイナーとの信頼関係を構築

■ 組織の成長へつなげる

- ✓ プリンティングディレクターの採用
- ✓ 多様な仕事
 - いろいろな仕事が入ってくるようになった。
 - いろいろな仕事に取り組んだ。
- ✓ 多様な仕事、難易度の高い仕事で鍛えられる組織
 - 「経験値」の向上へ
 - 「人材力」の向上へ
- ✓ 評判
 - デザイナーの中に「困ったら、まず藤原印刷に訊いてみよう」という「空気」ができた。
 - 顧客が顧客を呼んでくるようになった。(2016年頃から)

■ 「個人案件」のビジネスの開拓

✓ 雑誌の個人出版での不満の事例

➤ 印刷の出来上がりNG(色再現への不満) (右の比較した印刷物)

◇ 左側：印刷の仕上がりへの不満

◇ 右側：藤原印刷での印刷結果

➤ 章次氏の説明と提案

◇ プリンティングディレクターの存在

◇ カラー印刷できるオペレーターの存在

◇ 提案：「1回目の半額の価格で、2倍の量を印刷しましょう。いかがですか？」



2刷から受注 ※左側が他社、右側が当社

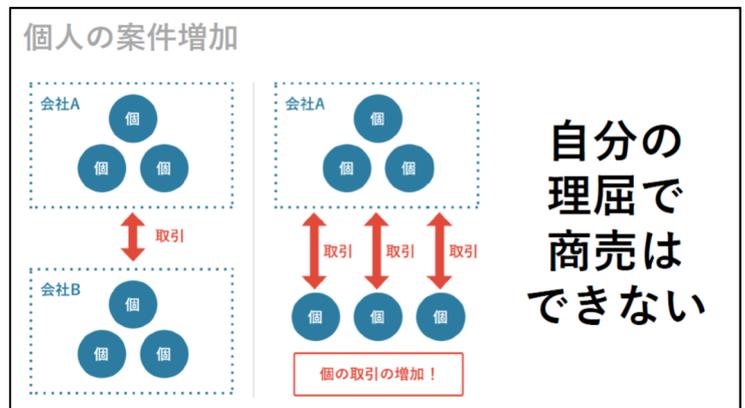
✓ 個人案件の増加

➤ 「個人からの発注」の時代

➤ 藤原印刷の売り上げ割合

◇ 出版社：80%

◇ 新規の個人の顧客：20%



■ 印刷屋の本屋(PTBS=Printing Teller Book Service)

✓ 本を印刷するだけでなく、本の作り手と売り手をつなぐビジネス。

➤ 著者は本を売りたい。でも販売方法がわからないという声あり。

➤ 読者は新しい(知らない)情報が欲しい。

✓ 本のジャンルが偏らない、いろいろな本に出合えるチャンスがある。

✓ PTBSについて(同社 HP より) (<https://fujiprint.theshop.jp/about>)

「藤原印刷として、PTBS(Printing Teller Book Service)という本の販売するサービスを2018年から始めました。今まで数多くのインディペンデントな自費出版本を担当させて頂きましたが、納品後の販売をどうすれば良いかと相談されることが多く、「納品して終わる印刷会社」ではなく「納品後の販売支援まで出来る印刷会社」を目指すためにオンラインショップを開設しました。」

印刷会社からの目線で、本の魅力を伝えていきたいと思えます。素晴らしい自費出版の本はもちろんのこと、自社商品も販売いたします。」



■ 心刷展 (2019年5月開催)

- ✓ 山梨で開催
- ✓ 展示会は東京、大阪で開催されることが多いが、あえて「地方」での開催にした。
- ✓ 開催趣旨(同社プレスリリースより抜粋)
(<https://www.fujiwara-i.com/news/2019/05/2019525262days.html>)

「近年、松本本社と東京支店の中間地点である山梨近辺のお客様から、印刷物をご発注頂く機会が増えております。そこで改めて、山梨近辺で印刷物に関わる方や印刷物が好き

な方に藤原印刷を知って頂くため、また既にお取引のあるお客様には紙・印刷・製本・加工の魅力をもっと伝えるため、今回自社初となる主催イベントを企画いたしました。……」



■ 心刷祭 (2019年9月開催)

- ✓ オープンファクトリー(長野県松本市の本社工場)
- ✓ 「見てふれて感じる、本が生まれる工場でのお祭り」
- ✓ イベント主旨

同社 HP より (<https://www.fujiwara-i.com/news/2019/08/2019-2019928.html>)

「これまで約 20 万点以上の本が生まれてきた工場を開放し、本づくりを見て、ふれて、感じていただけるイベントです。物販エリアでは、個性豊かな 22 の出展社が長野県内外から集合。その他、職人たちの手仕事を間近に見ながら、自らも実際に体験できる 4 つのワークショップもご用意しております。本づくりを体験できるブックイベントは全国的にもめずらしい試み。印刷工場という普段はなかなか入ることのできない非日常の空間を味わいに、ぜひ藤原印刷へお越しくださいませ。」

- ✓ ワークショップ
 - インキ練り体験(右の写真)
 - 工場見学ツアー
 - 印刷立ち合い体験
 - ポスター印刷体験
- ✓ 入場者
 - 約 360 人(内 東京から約 80 人)
- ✓ ポイント
 - 印刷会社の「当たり前」が参加者にとっては「面白い」
 - 印刷の面白さの掘り起こし。
 - 必ずしも仕事につながらなくとも、来てくれた人が「印刷って面白い」と思ってくれることが大切

