

ブラザー印刷株

カラーオンデマンドパブリッシングシステム

「Color 800 Press」

必要な部数だけの増刷ビジネスを支える

ブラザー印刷は昭和26年ブラザー孔版社として創業。39年ブラザー印刷に改称。平成18年に現在の地に、本社、工場を新築移転した。大きな駐車場とモダンな本社、そして木を使った温かみのある内装は、海外のIT企業の様相を呈している。同社の取り組みは、多岐に亘り、オフセット印刷、オンデマンド印刷、Web制作、自費出版事業、そして明元舎という出版会社もグループ企業として存在。常に時代の先を見つめ、チャレンジを続けるブラザー印刷の強力な武器が「Color 800 Press」社内愛称「コロ8」である。岡田社長にその導入の経緯と印刷業界への想いをお聞きした。

マーケットアプローチに繋げる武器

今年の初めに、コロ8 (C800) が導入された。DocuColor 7000 Digital Press の後継である。その違いについて次のように語る。「品質が上がって、薄紙が刷れるようになり、厚い紙も刷れるようになった。トナーが小さくなって熱を余り使わないの

で出てきたとき熱くない。ヤレ紙がほとんどなくな

った。スタートしたら1枚目からチャーンと出る。ヤレ紙なし、見当精度が良いので加工に強くなった。輪転でなければ刷れないような薄紙も刷れるようになった」

評価は高い。しかし、「でも仕事が入らなければ、そんな特長は関係ない。これをどう使っていくかである」と岡田社長。同社では社内報「BRAHOO」を出している。これは、取材、写真撮影、文書、製本すべてを社内制作し、コロ8 (C800) を使って1000冊出版される。取引先やお客様の要望で発行部数が増えているが、岡田社長は、「社外に配布している方が多いが、社内報であることを忘れな

いように編集部は徹底している」と、お客様に向けた自社宣伝の発行物ではなく、「社内報は、一番洗練された、先鋭的な、

代表取締役社長 岡田吉生

岡崎市柱町福部池1-200 TEL (0564) 51-0651

うちを表したものと語る。また、同社では、DTPのメンバー中心にプロジェクトを作り、自社のチラシを作っており、岡崎市70、000世帯に配って、その反応を実際に知り、どのような業種に

はどのようなメディアを組み合わせたらよいかを研究している。「印刷会社で実際に自社で、チラシを打ったことのあるところはほとんどないと思う。自社の販促物を出してない印刷会社、チラシ等お客様の販促物を取り扱えるのだろうか、という視点である。チラシを打ったり、社内報を作ったりするとコストはかかるが、これは投資である」と岡田社長。同社では、カラーオンデマンド機は、お客様のマーケティングのための武器であり、自費出版の校正と製品の製作機である。「お客様とお付き合いするにはオンデマンド機は有利だと考えている。例えば、マーケティングと絡んで、お客様の顧客台帳を、一緒に分析をして、それにあつた広告媒体を打つとか。オンデマンドは使いやすい、工夫のツールになる。今は、マーケティングの武器と

なるものを設備する以外は考えていない。プロダクトアウトよりもマーケットインが大切で、外からの仕事をどうやって作るかという仕組みづくりが大切である」と岡田社長。同社のプレゼンルームには、岡田社長の著書「伝道バイブル」が並べられている。これは7年間の

岡田吉生社長の著書 「DENDO BIBLE」

DENDO 伝道バイブル BIBLE 岡田吉生がわからない人も、わかっているつもりの人も。 「人格で一番大切なのは魂のよいこと」と言い切る印刷会社社長のブログ本です。 岡田吉生

同書は「ブラザー印刷株社長岡田吉生のブログ『伝道ヴァイブ』2005年から2012年までの投稿を抜粋し編集しました」とあるように、岡田社長のブログを一冊の書籍にまとめたもの。 書名について著者は「伝道バイブルとはまた大上段で神にもそむくタイトルにしたものだと思ったがブログタイトルのままの『伝道ヴァイブ』ではあまりにも、といった感じがしたので、あえて崇高なタイトルとなった」と、著者はじめに述べている。 「岡田吉生がわからない人も、分かっているつもりの人も」この1冊から横顔を知ることができる。 A5判234頁、定価1500円(税込)



「コロ8はお客様とマーケティングを考えた最適なツールです。印刷する形に合わせた提案をさせていただきます。」と語る岡田吉生社長

ブログをすべて乗せた7巻の本と、それをまとめた販売されている1冊である。「これは社員が、私のブログを自動組版とオンデマンドで作ったもので、冊子のサイズや体裁などを考え、その中から社員の読者目線で抜粋し



てできたのが、販売している「伝道バイブル」である。こうしたサンプルがあると思えば、本を作ったという意思が湧いてくると思う。そして、岡田社長の目指すものは、「社内では売れた仕事を作業しない。実験してみたいに、そこで日々作っているのはサンプル。売れるためのサンプルとか。住宅展示場みたいなもので、研究開発と広告宣伝とぐらいだけ、そして来た仕事は外注におねがいすればいい。そう変えたい。オンデマンド機はその武器となる。サンプルを作ってお客さんに見せるから売れるわけで、商品の情報がない。そのお客様はわからない。その人のためのものをつくる印刷会社があつてもいいと思う。印刷会社ではなく、「印刷もできる会社」である」と、新たなチャレンジを行なう。

Color 800 Press 社内愛称「コロ8」 モダンなつくりの本社工場