

令和7年9月10日(第637号)



ふくおかの印刷



組合員に聞く！

わが社の業態変革（第19回）

【 「鶏口牛後」の精神で新事業に挑戦 データ活用のマーケティング施策立案を 】



福岡製袋工業株式会社
代表取締役社長 吉田 英司



福岡製袋工業株式会社（福岡市南区清水）は1950年創業、従業員46人の会社。地域の印刷会社・広告代理店にオーダーメイドの封筒を提供する封筒製作会社として知られてきたが、近年は封筒・紙袋のネット通販、そしてダイレクトメール（DM）を起点としたマーケティング支援にも力を入れている。吉田社長に、データマーケティングの施策などについて聞いた。

「守る」「攻める」「育てる」の3つの事業

——御社の創業からお伺いします。

吉田社長 私の祖父、吉田清が1950年に創業しました。祖父は朝鮮半島にわたり雑貨商を営んでいましたが、敗戦とともに無一文になり、日本に帰ってきました。新たに何か商売を始めようと模索していたとき、工場から「パタン、パタン」という音が聞こえ、中を覗くと新聞紙を折って封筒にしている。祖父は「これだ」と思ったといいます。当時は手紙の文化でした。その封筒製作を通して、「人と人とのまん中に立って心を繋

ぎ、日本の復興に貢献したい」戦後の混乱期に感じたこの想いが当社の原点です。創業者の「鶏口牛後」（小さな世界でも尖った存在になるという意）の精神は、今もなお企業理念や社是として引き継がれています。

父、吉田隆久は、手を油で真っ黒にして、人の5倍、6倍働く人でした。私は幼いながらも、そんな父の背中をいつも追いかけていました。ところが、私が15歳のときに父は急逝してしまいます。まだ10代だった三兄弟の私たちは、何もできず、悔し涙をグッと堪えて自分たちの道を進むことを決めました。兄は医師に、弟は教師に、私は大学を卒業後、九州松下電器（現パナソニック）に入社し、システムエンジニアになりました。

九州松下電器では通信関係のプロジェクトに夢中になり、仕事が楽しかったのですが、働き続けるうちに父のことを考えるようになりました。「父にはやりたいこと、やり残したことがあったんじゃないか」「無念だったろう」と。その思いが少しずつ強くなっていき、17年間務めたのちに、39歳で福岡製袋工業に入社しました。2011年に5代

目の社長に就任し、今に至ります。今でもまだ、父の無念を晴らせたと言えませんが、いつか父を超えられたらと思っています。

——強い決意をもって会社に戻られたのですね。
現在の主なお仕事について教えてください。

吉田社長 はい。地域の印刷会社や広告代理店のみなさまに支えられて、オーダーメイドの封筒製作会社としてご愛顧いただいています。ただ、これからも生き残っていくためには、売上の構成比を変えていかなければなりません。そのため、当社では「守る」「攻める」「育てる」という3つの事業を展開しています。

まず「守る」は、言うまでもなくオーダーメイドの封筒製作です。印刷会社のみなさまから印刷物をご支給いただき、当社が封筒加工を担う。これが今でも本業の柱です。ただ、お客様のニーズは変化しており、前工程である印刷からご依頼いただくケースも少しずつ増えてきていて、現在では全体の3割を占めるまでになっています。

そして、市場の縮小が進むなかで「攻める」事業として、2015年に印刷通販サイト「封筒・紙袋通販.com」を立ち上げました。こちらはエンドユーザー企業様向けに、封筒や紙袋を直接ご提供するものです。サイトの特長は「スグみつ」（リアルタイムの見積もり）です。通常のサイトは価格表や別途見積もりなど静的な見積もりが多いのですが、当社では、あらゆる規格の封筒について、サーバーで即時に計算し、お客様に見積もりを返す仕組みを実現しています。もうひとつが「スグテン」（テンプレートダウンロード）です。こちらと同じく、あらゆる封筒規格に対して動的にテンプレートを生成し、リアルタイムでご提供しています。現在「封筒・紙袋通販.com」は売上全体の2割を占めるまでに成長しました。今後は、ネット検索で上位に表示されるためのSEO対策やメルマガ配信など、お客様との関係性を深める施策を強化していくことで、まだまだ伸ばしていけると考えています。

DMを起点としたマーケティング支援

——一方の「育てる」事業とは。

吉田社長 「育てる」では、ダイレクトマーケティングのご提案をしています。私たちは封筒や紙袋をつくる中でモノづくりのノウハウを培ってきました。また、デザイン面での工夫もできます。ただ、デザインだけでは差別化が難しい。やはり一番のカギは「データ」だと思っています。データをもとに、どれだけ効果的にDMを届けられるかが重要です。

データの活用には2つのアプローチがあると思います。ひとつは「顧客分析」。たとえばお客様がどのくらい購入してくださっているか、最近買っていたのはいつか、どれくらいの金額を使っていたか、デシルやRFMなどの基礎分析をもとに、新規のお客様か、しばらく利用されていないお客様か、あるいは継続して利用していただいているお客様かを把握し、さらにどのくらいの通数を送るのが効果的かを検討していきます。こうした静的なデータ分析がまず一つ。これは実はすでに立命館大学と産学連携して独自システムを持っています。

もうひとつは「タイミング」です。たとえば、ネット通販で商品をカートに入れたのに買わずにやめてしまった、その瞬間をとらえることができれば、割引クーポンやお礼のDMを、一番効果的なタイミングで送ることができます。商品の案内や割引情報なども、その方に合った内容を最適なタイミングで提供できます。タイミングをとらえたDMの仕組みを私たちは「スグボス」と呼んでいて、年内のシステム化を予定しています。

さらにデータを活用すれば、紙のDMとウェブを組み合わせることも可能です。DMにQRコードを載せて専用ページ（ランディングページ）に誘導したり、その反応を見て電話でフォローしたりする。こうした仕組み通じて効果測定もできます。

——ホームページやSNSなど、ウェブマーケティングとのつながりも期待できますね。

吉田社長 はい。ただ私たちはウェブマーケティング会社になろうとは思っていません。そうした会社は他にもたくさんあります。私たちはあくまで「紙のDM」を軸にしながら、デジタルと掛け合わせたクロスメディアの提案ができる会社に進化していきたいと考えています。

むしろウェブマーケティングが広がれば広がるほど、私たちのチャンスは大きくなると思うのです。なぜならデータが蓄積され、より精度の高いDMが打てるようになるからです。逆に、ウェブだけではレスポンスが下がったり、「デジタル疲れ」を起こしたりすることもあります。そんななかで、紙のDMは、本来持つ温かみと信頼感という強みが出てくると思います。

郵送コストが上がったのは想定外でしたが、その分「より精度の高い小ロットのDM」が求められてくると思います。ここに大きなビジネスチャンスがあると考えていますし、印刷会社のみなさまと一緒に育てていける領域だと期待しています。

いつの時代も重要な「人間力」

——これほどのデータマーケティングを行うには、ITスキルのある人材が不可欠だと思います。やはりエンジニア出身の吉田社長ならではの強みでしょうか。

吉田社長 確かに、プログラミングやシステムの設計などに関わってきた経験は、通販サイトの立ち上げや、立命館大学と組んだ顧客分析システムの開発の際に役立ちました。また今後の事業展開を見据え「DMマーケティングプロフェッショナル資格」も取得しました。

しかし、私だけで取り組んでいるわけではありません。個人の強みを、会社全体の強みに変えていく、それが当社の変革の一つだと考えています。クラウド上に優秀なチームを持てていることも当社の強みです。正社員・非正社員の区別な

く、テレワークで知恵を出し合ってもらっています。モノづくりの人材は工場にいなけりばなりませんが、クリエイティブの人材は必ずしも本社にいない必要はない。そんな時代になったのだと感じています。

——なるほど。では改めて、新しい事業に挑戦される理由をお聞かせください。

吉田社長 製品には必ずライフサイクルがあって、製造業が新しい製品へとシフトしていくのは自然な流れだと思います。その中で、印刷業は長く社会に求められ続け、価値のある製品を提供してきた特別な分野だと思います。それでも当社としては、封筒製作からネット通販、そしてDMマーケティングへと新しい挑戦を続けないと生き残れないと思います。

そして、冒頭でお話しした「鶏口牛後」の精神を、歴代の社長が引き継いでくれたからこそ、新しい挑戦ができ、封筒製作に特化してきたからこそ、DMマーケティングという次の挑戦に踏み出すことができたのだと思います。

——最後に、今後の課題と展望をお聞かせください。

吉田社長 いままで封筒製作会社として地域のみなさまに支えていただきました。その信頼を大切にしつつ、DMマーケティングのお手伝いもできる会社というブランドを、営業活動を通じて少しずつ築いていく必要があると考えています。

ネット通販やシステム化が進むと、つい「人間力」が置き去りになりがちです。システム開発力はもちろん重要ですが、営業力や人材育成にも引き継ぎ力を注ぎ、お客様との関係をしっかりと築きながら、新しい事業に挑戦していきたいと思っています。

.....
「聞き手＝光山忠良。」

印刷業界専門ライター／コンサルタント
Amazonにて『印刷会社の生存戦略』

『印刷業界の未来図』を発売中
印刷業界情報サイト「全国印刷新聞」を運営

.....