



受信トレイにたまった商品案内や宣伝のメールは、表題をほとんど見ないで削除する。はがきなら、一応は目を通す。圧着してあるDM(ダイレクトメール)は、中を見ないままだと落ち着かない。

「雑誌の袋とじや付録」



スムーズにはがれてこそ圧着はがき。印刷時の温度・湿度などによって品質が左右されるとい

圧着ハガキ・DM

て、やぶる時にワクワクするでしょ? 閉じているとめくりたくなるのは、人間の心理なんですよ」。池田朗社長(43)は意を得たとはかりに言った。

版下などを作るデザイン会社から印刷会社に転じたMERGENET(マーゼット)。

「強み」がどうしても必要だったという。活路を求めたのが、UV(紫外線)オフセット印刷機を用いた「圧着」だった。

「ここからはがしてください」の印からペラッとめくれば、スーッとはがれる。当たり前のように思うが、実は当たり前ではない。圧着に使うニスの成分や用紙の種類、印刷時の室

めくりたい心理突く



「変化に対応しないと生き残れません」と話す池田朗社長
—上富田町生馬で

ネット、上富田町)。後発だった分、他社に負けない力

品質を左右する要素が山ほどあるそうだ。

「試行錯誤が5年ほど続きました。うまくいったと思っても、なかなか安定しないんです。大手でも断念したところがあるぐらいです。季節や天候によってもできばえが左右されるため、数値設定は毎日のことになる。池田社長は「雨の日は特に気になります。配達の際に紙がぬれると、台無しになってしまうかも

しないので」と話す。

圧着はがきは開いた面にも印刷できるので情報量が2〜3倍になり、中身を第三者に見られる心配もない。DMにはうってつけだが、なにぶん情報伝達の主流は今やデジタル。「と思えますよね?」ところがDMの売り上げ、落ち込んでいないんですよ」

何でも、スマホなどで商品が閲覧された直後にDMを送ると、開封率が高くて購買に結びつきやすいそうだ。池田社長は「デジタルと紙、両方をうまく融合させたい」と思っているんです」と意欲を見せる。

思い描いているのは、注文を請け負うだけの印刷業でなく、客の営業戦略の中に入り込めるだけの情報産業への脱皮。「企業価値を高めたい」とDX(デジタル・トランスフォーメーション)の導入や労働環境の整備、地域貢献などに次々



①二つ折り、三つ折りなど圧着のパターンはいろいろある②目を引くよう、新社屋の正面などをモダンなミラー外壁にしたそうだ—いずれも同社提供



- 業種 総合印刷業
- 所在地 上富田町生馬811の1
- 電話 0739・83・3344
- 設立 1989年
- 資本金 1600万円
- 従業員数 約30人

取り組む。その姿勢は、ことのほか貪欲だ。

【中川博史】