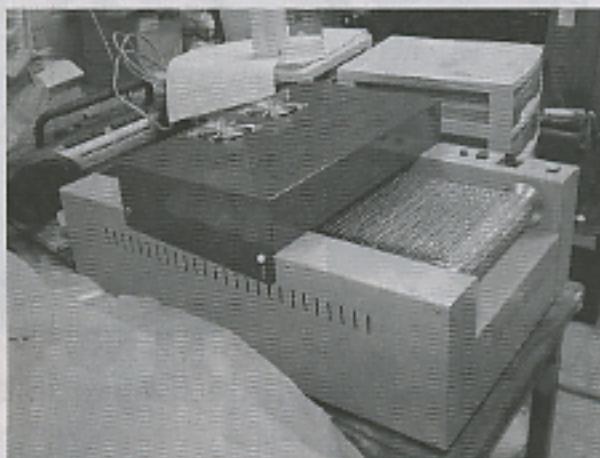


# バーコ加工の名刺提供



昨年導入した浮き出し加工機



岩谷社界

デザインも自由自在

インパクトの強さア。ヒール

岩水印刷所は、岩水社長のちに伝票・チラシなどの父が1949年に創業し、じに仕事を広げた。名刺印刷から印鑑やゴム印を販売する店舗を併設しており、飛び込みの客を印刷の顧客にすることに役立てている。

店は明治通り沿いの人通りの多い場所にあり、通りがかりの歩行者や、信号待ちの自動車に乗つていた人

価格以外の訴求力

に加工技術を学び、昨年機器を導入して始めたものである。

岩永社長がバーコ加工を導入した背景には、今まで通りの名刺印刷では差別化が難しくなるという危機感があった。

当社では活版時代から、「はやい印刷」を掲げ、注文から1時間で名刺を作上げるという迅速な納品に対応していた。しかし近年はデジタル印刷機の普及で、どの業者でも簡単に同様のことができるようになり、このアドバンテージは失われた。こうした時代に対応するため、岩永印刷所でも「デジタルプリンター」を導入するなどして、カラー・単色とも通販会社に比べ大幅に安い価格で提供している。

### 価格以外の訴求力

現在、中小の名刺印刷会社は、ネット注文で翌日に名刺が届く大手オフィス用品通販会社との競争を強いられている。岩永印刷所も知名度ではどうしても大手企業には太刀打ちできず、価格以外の訴求力を打ち出こと迫られていた。このため、岩永社長は新しい

岩永社長は、営業活動として、異業種交流会を回つて、名刺を商業ツールとして活用している。岩永社長によると、「私の名刺に感動があつた」。

り上げ印刷を施し、積極的に配ることで、当社製品の興味を引くことに成功している。当社では、まだまだ普通の名刺の比率の方が多いが、浮き出し加工の名刺をオーダーする顧客も徐々に増えている。カット・プリントで名刺を作らうとしていたお客様が、当社の製品を見て「浮き出し加工の名刺でいい」と決めてく

SCHLESINGER