

# 地域に根ざす手法

## 2社がブランディング事例発表

全国青年印刷人協議会（滝澤光正議長）の関東甲信越静ブロックは10月6日、さいたま市の大宮ソニックシティでブロック協議会を開催した。この日はブロックを構成す

る10県から若手の参加を得て、改めて結束と活動の活性化を呼びかけた。会は恵寿人担当副議長会の司会で進行し、冒頭に地元工組を代表して新井正敏埼玉県印刷工業組合

理事長があいさつ。ブランディング事業を推進する全青協に対し、氷川神社や鉄道博物館など特徴的なコンテンツを有する大宮の地域ブランドを紹介し、埼玉県の経済の中

心とも言えるこの場で大いに議論し、関東10県だけでなく業界全体の成長を期してほしい」と延べた。

滝澤議長の事業紹介を兼ねたあいさつ、安平健一副議長によるブランディングセミナーに続き、地区の事例紹介ではたつみ印刷（深谷市）の新しい（あたらし）道行専務とアサヒコミュニケーションズ（鴻巣市）の新井貴

之社長が講演した。

新専務は「愛とロマンス」を社是とする自社のインナーブランディングに触れ、行動規範として策定している「たつみ魂」や3年前から開始した5S奨励活動等を紹介。また、地域社会に根ざした事業として実施しているご当地キャラ「ふっちゃん」を使ったポストカードの製作事例を

示した。

アサヒコミュニケーションズは3年前に100周年を迎え、これを期に現在の社名に変更。加えて経営ビジョン「伝えらる、伝わる支援の専門集団になる」や行動指針「Asahi Style」を策定し、ロゴマークも刷新して新しい企業風土作りに取り組んでいる。新井社長は今年10月



約40名が自社の戦略を再考した

し、ブランド作りの牽引役として社内外に向けた新たな企業価値の周知徹底に努めており、講演ではその一端が説明された。

このあと行われた自社のミッション、

ビジョン、バリューを考えるワークショップでは、社員の家族を招いた会社見学を行っている企業の例や、規模の拡大ではなく事業内容に適した組織作りを注力するなどさまざまな考えが示された。