

埼玉県・アサヒ印刷株式会社

迷い、困ったときに立ち戻る「ASAHI STYLE」を原点に 過去の歴史にとらわれず「自由な発想」で企業活動を展開

子息の入社がそれまでの
経営概念を一新

明治四十三年、埼玉県鴻巣町（現鴻巣市）に、木版や活版を主体とした「アサヒ活版所」が新井敬貴氏によって創業された。昭和二十二年に有限会社に改組するなど、地元埼玉県の振興に協力しながら発展。昭和二十六年に埼玉県庁が火災に遭い、その復興を目的として実施された「復興宝くじ」の事業に関して、印刷の立場から尽力して県庁再興に大きな貢献を残した記録が残されている。

昭和三十四年に株式会社に変更され、ハイデルベルグ活版機の導

入を行うなど、活版印刷の先端を突き進むが、四十三年には、活版からオフセットへと進路の変更を試みている。しかし不思議に思えるのは五〇年に二代目社長の新井正之氏が、社名を「アサヒかっぱん」に改めていることだ。

オフセットに進もうと決意した同社が、「かっぱん」をなぜ社名に取り入れたのか。当時の思いを語り継ぐ現社長の新井正敏氏は、「活版への思い入れ、平仮名のわかりやすさ、かわいらしさ、そして「かっぱん」という跳ね音のある言いやすさに惹かれ、「かっぱん」を社名に残した」と説明する。

さらに昭和五十五年、「アサヒ

印刷株式会社」に変更して現在に至っているが、昭和六〇年に活字全廃を手がけ、電算写植機とオフセット印刷機の増設などオフ化への路線が時代と共に強化された。平成元年に正敏氏が三代目社長に就任すると、モリサワの電算写植による組版のコンピュータ化へ一気呵成に動き出す。

平成十五年に、子息の新井貴之氏が出版社や企画会社の現場を経て入社するが、それはまた、印刷物を発注する側からの視点とWebなどデジタル情報技術の知識を同社にもたらす黒船の役目を果たすものとなった。それまでに同社は、活版からオフセットへの完全



新井 正敏 社長

アサヒ印刷株式会社
(埼玉県鴻巣市)

創業

一九一〇年(明治四十三年)

代表者

新井正敏氏(六十五歳)

社員数

八〇名

事業概要内容

総合印刷業、広告代理業、マーケティング業務、Webサイト制作・運用・管理、ホスティングサービス、情報処理業、物流支援

移行を成し遂げ、平成七年には、MacおよびWindowsによるDTP化に着手して、ページ組版における新たな体制強化へと進み出している。

DTP組版とCTP化でオフセットの合理化を進める一方で、短納期、小ロット印刷への対応を図るため平成十三年にオンデマンドカラー印刷機を導入して、オフセット印刷とデジタル印刷の融合化に着手している。オフセット印刷機とデジタル印刷機の導入は、その後も続けられ平成二十一年に常務に就任した貴之氏が打ち出す経営戦略を支える基幹生産システムとして、次世代に向けた新たな舞台構築の主要要素の一つとなっている。

特殊な技術として印刷業界が温存してきた組版や写真画像の処理は、DTPの登場とパソコンやデジタルカメラ、プリンタなどのデジタル機器の普及によって、一億総印刷業として開放された。この間を駆け抜けてきた新井正敏社長は、これまでを振り返り「社員に恵まれ、両親や兄弟にも恵まれま

した。天の利、地の利、埼玉はまさに地の利があつて、人の輪もあります。地方の印刷会社はどこでもそうだと思いますが、弊社は官公庁のお客様が多かったのですが、今後はより民間需要が増えていくでしょう」と話す。

同社にとつて、四十三年はホットからコールドへという時代。それまでは活版一本でしたが、オフ機を二台入れてスタート。電算写真機の導入は昭和五十五年だが、先代の正之氏と名古屋の印刷文化展を見にいって電算写真機と四色オフ機の購入を決めたのを、今も忘れないと正敏社長はいう。「電算写真機を入れたのは埼玉で二番目、四色機を入れたのは一番早かったと思う」。

「昭和六〇年にモリサワの電算写真機を入れたことで、当時まだ残っていた活版を全廃することに拍車がかかった。Windowsは平成七年からだった。こうした初期の設備関係は私が行ってきたが、これからはデジタル技術による展開を含めて常務に任せていこうと考えている。」

私たちは単なる印刷会社ではありません

伝達手段の主力を担う印刷物ではあるが、印刷物で「伝える事柄」が、印刷物を手に取る人に一〇〇%確実に伝わるとは限らない。その人の性格や置かれた環境、心境によって同じ伝達内容の伝わり方が、微妙に異なっていく。

「私たちは伝える（伝わる）ことに創造的に向き合い、「認知」、「共感」、「理解」、「感動」を呼ぶメディア戦略企業を目指す」。

平成十五年に二十七歳で入社した新井貴之氏は、それまでに経験した出版業務や企画会社などで培った感性と知識・技術を通して、印刷産業のこれからの姿と立ち位置を一新するために、氏の思いを全社員に発信していく努力を開始した。

昨年、常務に就任した貴之氏は、新しい発想による製品案内ブックと企業理念ブックを作成して、これまでとこれからのお客さまにアサヒ印刷株式会社の新しい進路と取り組み方を示している。製品案内

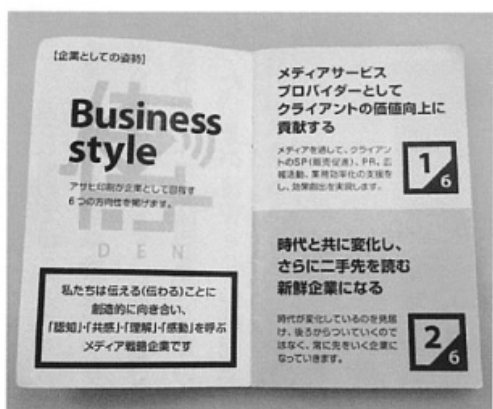
内ブックでは、「喜ばれるということ、人は、人の心を震わせるということ。ハートを揺さぶる会社。アサヒ印刷株式会社」と表書きされ、その裏面に「私たちは、単なる印刷の会社ではありません」と記されている。全一五二項目に分類された取り扱い製品は、さらに集客アップ、競争力アップ、販売促進、イメージアップ、情報発信などのカテゴリで分けられ、その一点ごとに関連するサービス業務が説明されている。



「ハートを撃ちぬく会社」をリードする新井貴之氏



「メディア戦略企業」の思いと製品を伝える案内書



同社が目指す方向を示す企業理念ブック

また企業理念ブックでは、「伝わることは人の心を打つということ。ハートを撃ち抜く会社。アサヒ印刷株式会社」と表記され、「思いやり」と「傳の精神」を持って「お客様の支援を」していく「メディアサービスプロバイダー」であるとの宣言がなされている。「伝えること、伝わること。その違いはなんだか分りますか?。企業理念ブックでこのような投げかけを行うのは新井常務だが、この謎を現実の作業を通して理解してもらおう仕掛けをさらに作り込んでいる。「そこで私たちは、目指

すべきものを共有できるように六つの方向性を掲げました。」
 全社八〇名の社員が取り組む六つの方向性は、社員証と同様に常時携帯できるポケット判サイズで「ASAHISTYLE」としてまとめられ、全社員に配布されている。アサヒ印刷が企業として目指す六つの方向性としての「Business Style」と、常に前進するための一〇のマイルドをキーワードにした「Working Style」の二つのスタイルで構成されている。「伝えたいこと」をそのまま伝

えても、相手にちゃんと伝わるとは限らない。ではどうすれば良いのか。「その答えは、私たちが持っています。私たちのノウハウや実績をどうぞお役立てください」とする作り手側の社員に向けて、もし「迷い」や「困った」ことがあった時に、立ち返る原点として読み直すのが「ASAHISTYLE」なのだという。以下に、同Business Styleの6つの内容を紹介する。

- 一、「メディアサービスプロバイダーとしてクライアントの価値向上に貢献する。」
 メディアを通して、クライアントのSP、PR・広報活動、業務効率化の支援をし、効果創出を実現します。
- 二、「時代と共に変化し、さらに二手先を読む新鮮企業になる。」
 時代が変化しているのを見届け、後ろから付いて行くのではなく、常々先を行く企業になっていきます。
- 三、「日本一の埼玉情報発信基地になる。」
 デンリユウサイタマ(傳流埼玉)

を通じて様々な情報・サービスを提供していきます。関係者全員が地域の盛り上げ役です。

- 四、「クライアントのために何が出来るのかを常に考える企画提案業(課題解決業)である。」
 最適なメディアを用いて、顧客心理を捉えたアイデアを提案し、顧客の課題、困りごとを解決します。
- 五、「ES・CSのNo.1企業になる。」
 社員満足あつての顧客満足です。共に育める環境を創出していきます。
- 六、「既成概念にとらわれないオモシロイ自由発想をススめる企業になる。」
 楽しく、オモシロく仕事ができる、と良いモノも創出できます。

新たな社会環境と情報技術に対応するために必要な企業体質の作り変えは順調に進められている。

従来の、仕事を待つ体制から、作り出していく体制へと転換しており、現在三十四歳になる貴之常務に、父親の正敏社長は全幅の信頼を寄せる。活版からオフへの大きな変化を乗り越えてきた現社長は、デジタルを軸としたマルチメ

ディア化とマーケット創出を課題とする次世代の印刷経営を、継承する準備を進めている。貴之常務は大学卒業後、プリンティングアカデミーに席を置き、そこで多くの仲間と知り合いになった。その後Webの企画会社



企画・アイデアで勝負するアサヒ印刷の中枢部・制作室の全景

に入り、ディレクションから制作、デザインなど一連の流れを習得している。

「当時はこの会社に入る意思はありませんでしたが、最初から印刷会社に入ろうとは思っていませんでした。それ以外にやらなければならぬことが沢山あったので、関連のフィールドを囲っていきました。学生のおかげでMacを使っていたこともありましたが、当然、当時からwebに触れ、デザイン、マーケティング、企画などにも非常に興味を持っていたので、そういったところを印刷とクロスさせれば面白い動きができるかもしれない、と考え続けてきました。」

その結果、生まれたものとして埼玉のイベントポータルサイト「デンリユウサイタマ」がある。テレビ埼玉とも組んで番組を持っているが、埼玉のあらゆる地域イベントの情報が網羅されている。国際デジタルシネマ映画祭オフィシャルメンバーとしても活躍したり、埼玉県で開催される様々なイベントに協力していく中で、様々な方々と一緒に盛り上げていく活

動をしてもいい。

「地域発信型のオモシロサイトを目指して、より魅力的な埼玉、より住みよい埼玉を、みんなと一緒に盛り上げていくサイトです。」

内容は▽埼玉のイベント情報の紹介、▽埼玉県に住んでいるオモシロイ人、すごい人のコラム、▽面白く活性化された埼玉を目指して「埼玉盛り上げ」作戦を展開、▽埼玉県の美味しいもの紹介ブログ、▽埼玉から全国に、そして世界に向けて頑張っている人の紹介、▽彩の国ブランド商品の紹介、▽プレゼントコーナー、▽読者と一緒に創る埼玉密着型のイベント情報ポータルサイト、など。

「日々、社員にアサヒ印刷は単なる印刷屋ではないことを説明しています。もちろん印刷もしていますが、印刷はあくまでもツールです。印刷をするために印刷会社をやっているわけではなくて、お客さまの課題解決や効果・成果を生むための一つの手段として印刷があるという考え方です。」

社員の考え方も少しずつ変わってきています。すぐには浸透しな

いかも知れませんが、日々伝え続け、三ヶ月に一度は全社員に向けて大々的にそのことを発信しています。

伝え続けるのが私の役目です。アサヒ印刷のキーワードは昔から変わることなく「傳」です。これは今後も変わりません。そこに今は「伝わること」が合わさって、コミュニケーション活性化の支援をしていくという動きになってきています。

これまでの歴史、 あえて「さらば百年」を

アサヒ印刷株式会社は明治四十三年に創業して、今年で一〇〇年になる。この歴史を貴之常務は「時間を掛けて積み上げてきた大切なものではありませんが、いつまでもそこにしがみついているわけではありません。」という。では今までの一〇〇年とこれからの一〇〇年とどちらが大切だろうか。貴之常務は、「答えは明らかです」と次のように語る。

「私たちが向かう先は、もちろん

これからの一〇〇年です。これからの時代の変化はどんどん加速していく一方で、時代の変化に遅れないためにはもつと身軽でいなければなりません。だから歴史ある会社と言う意識を捨てました。時代を追いかけけるのではなく、時代をどう先取りするか、を考えています。」

今までの歴史よりも、お客様により喜んでいただける企業になりたい。その意味で、貴之常務は「さらば百年」をあえて明言する。過去の歴史や概念にとらわれずに「自由な発想」を大切にして、企業活動を展開していくとする。同時に独自の縛りも掛ける。

アサヒ印刷が大事にすることは「流行を気にしつつも決して追いかけない」、「効果・成果を作り出せる仕組みをどんどん作り出すこと」、「たまにちょっぴり既成概念を取り払ってみること」、「時には大切な価値観をひっくりかえしてみたりすること」なのだという。

こうした自由度を「元気」と言うのではないかという。貴之常務はその本質を次のように表現す

る。

「ルールに縛られることなく、かつルールを逸脱するわけでもなく、ルールをもてあそべるくらいの余裕を持つこと。それは他社にマネされるような面白い自由さであつたり、単なる印刷だけの会社とは違う柔軟さを持つこと。」

しかし、こうした「自由」を体現していくのは簡単なことではな

い。貴之常務は「そうです。本気でないとやっていけません」と即答する。

「そこまでの本気が無ければ、お客様も本気で喜んでくれません。そこまでの本気があつて、はじめてお客様にも本気で喜んでいただけます。そして最後に言う「だから、やりがいがあるのです。」



新井貴之常務(左)と新井正敏社長