

印刷元気企業の条件

連載
第345回

ルポ・原稿＝田中 肇

1984年新潟県三条市で設立、 商店や企業をワクワクさせる 企画販促を得意とする ブランディング支援業を目指す

●第一コンピュータ印刷株式会社●



社長 白倉 猛氏

会社データ

社名 第一コンピュータ印刷株式会社（本社 新潟県三条市）
社長 白倉 猛（48歳）
年商 3億円
社員数 28名
主力商品 広告販促コンテンツの企画制作、動画制作、商品撮影スタジオ、Webマーケティング支援、商業印刷全般、LINE公式アカウント認定パートナー、コワーキングスペースの運営
主力顧客 一般企業、広告会社、商店、一般ユーザー

第一コンピュータ印刷株式会社は、新潟県三条市エリアを中心に、新潟県内、北陸エリアの商店や企業の販促を支援している。デザイン制作が得意で、広告制作物のグラフィックデザイン、イラスト制作、Web制作等を主力に、様々なデザインを提供している。販促やリクルートに効果的な動画制作も手がけ、企画から撮影、編集までをワンストップで行っている。昨年3月には、新潟県三条市内に、地域最大級のコワーキングスペースをオープンした。

◆音響照明の仕事を経て22歳で同社に入社

同社の起源は、昭和10年代にさかのぼる。現社長の白倉猛氏の祖父である白倉徳次郎氏が、新潟県三条市裏館に「第一印刷所」を設立した。昭和20年～30年代に、活版印刷や手動式断裁機を導入したが、昭和40年代、経営不振のため閉鎖した。再建支援には、現会長の白倉昌夫氏（猛氏の父親、徳次郎氏の三男）が当たった。昌夫氏は、東京で製版業を起業していたが、新潟に通って再建に努め、1984年に「第一印刷所」を設立し、社長に就任した。

当時、新潟県内にはコンピュータ伝票の印刷会社はなかったので、会社の方向をビジネスフォーム印刷に注力することに決めた。1986年にビジネスフォーム凸版輪転印刷機（ミヤコシ）、1987年にビジネスフォーム平版輪転印刷機（太陽鉄工）と次々に導入し、1990年には三条市に本社ビルを建設、1991年に第一印刷所を第一コンピュータ印刷株式会社に改名した。

同社は、この頃、コンピュータ伝票印刷と同時に製版にも力を入れていた。

猛氏は、2人兄弟の次男として生まれ、兄が東京の父の製版会社の後継者とされていたので、自分は好きな音楽分野を目指して、音響の専門学校で、ギター、バンド、ミキサーを学び、ライブハウスでアルバイトをした後、音響照明会社に入社した。その後、大手ホテルの音響スタッフとして働いていた時、父母から声を掛けられ、1999年、22歳で同社に入社し、新たに設置された企画営業部に配属された。

2000年にB3オフセット輪転機（ミヤコシ）を導入し、チラシ印刷の受注に注力した。また、これからはデザインが有力なツールになると考えて、制作部を設置した。2005年には、「県央生活情報誌ふっとつ」を創刊した。2年後に廃刊となってしまったが、同社の取材力、編集力、デザイン力を高める効果があった。

この頃から、パチンコホール、ホームセンター、飲食チェーン店などB to Cの得意先が増えてきて、POP中心の店頭販促物が伸びてきた。

2012年、チラシ印刷の得意先である大手ホームセンターの出店に合わせて、石川県金沢市に北陸支店を設置した。チラシ印刷用として、2013年にB3オフセット輪転機（小森）を導入し、2014年にはB3オフセット輪転機（小森）2号機を導入した。

◆創立30周年で新ロゴ「イチコン」発表

2014年、同社は創立30周年式典を開き、猛氏は、代表取締役役に就任した。式典では新しい会社ロゴを発表した。従来、お客様が「イチコン」と呼んでいたもので、そのまま愛称として使用することにした。まさにお客様が名づけ親である。ただし、会社名は「第一コンピュータ印刷株式会社」とし、変更しないこととした。印刷を行う会社としてのイメージを大切にしたいと思ったからである。

イチコン
第一コンピュータ印刷株式会社

当時、猛氏は、青年会議所（JC）に所属しており、「企業は社会に役立たないと存在意義がない」と学んだ。「印刷は社会に情報を届けることにより、大いに世の中の役に立っている」と認識できた。猛氏は印刷に対する定義を「紙に情報を刷る手段」ではなく、「相手の心に情報を伝える手段の一つである」と変えることにした。情報を伝える手段は「紙でも、ホームページでも、映像でもいい。紙にこだわらず、情報を自由に伝えられる会社になろう」と考えた。

同社は現在、顧客の購買行動における各フェイズで、最適な情報発信を提案するため、以下のサービスを提供している。

・各種印刷

チラシ、ポスター、パンフレットPOPなど広告・販促物から名刺、封筒、伝票など業務用印刷まで、幅広く取り扱っている。

・デザイン制作

お客様の要望・企画に合わせて、多彩なデザインを提案する。

・Webサイト制作

自社内でできる豊富なコンテンツを融合、SNSとの連携や動画などのコンテンツを活用したWebサイトは、より高い広告効果を発揮する。また電子メールサービスなどを含むサーバ構築・保守管理までワンストップで行う。

・写真撮影

お客様に満足いただけるよう、要望に応じながら常に広告物の完成形を意識し、クオリティが高くコストパフォーマンスに優れた写真を提供する。

・店舗・ブース装飾

「のぼり旗」「ディスプレイ装飾」などの企画・制作を行っている。さらに展示会出展用のブースなども、企画、設計、デザイン、印刷、施工までをワンストップサービスで行うことが可能である。

・EC事業

楽天市場に特化したECショップ運営代行サービスを行っている。制作から運用までトータルでサポートしている。

◆動画制作やLINEで新サービスを提供

インターネットが隆盛となってきた2013年、たまたまDTP担当社員の中に、動画制作を趣味とする社員がいたことから、動画制作をスタートした。ビジネス動画部門を発足し、動画制作をはじめデジタルコンテンツ制作に本格的に取り組むようになった。これからは印刷やデジタルを区別しないで、情報コンテンツ制作業へ業態変革が必要があると考えた。

また、猛氏自身も、かつて音響照明の仕事をしており、インタビューする時にどのマイクを使用するか、効果的な照明器具の使い方など、過去の経験を生かすことができた。

限られた時間の中で多くの情報を正確に伝え、感情でつながることができる動画コンテンツは、ビジネスにおける重要度が年々増している。企業のブランディング動画やECサイト用の商品紹介動画、リクルート向けの動画など、その役割が高まっている。

ビジネス動画の需要は高まっているが、制作会社への外注コストや、自社制作のハードルの高さに二の足を踏んでいる企業も多い。同社では、コストを抑えながら動画コンテンツを量産したい企業の動画制作の内製化を支援する「動画内製化支援プログラムDIY」を用意している。

「ECサイト用の商品紹介動画」「社内向けのマニュアル動画」「企業がSNSで配信するための動画コンテンツ」など、コンテンツが大量に必要で、すべてを外注するのはコスト面での負担が大きすぎる場合、このサービスを通じて自社完結で動画制作をできるようになることで、スピード感のある動画マーケティングが可能になる。

DIYを導入した企業からは、「動画化で研修時間を30%以上削減できた。繰り返し視聴できることで定着率も向上した」「マニュアルを内製化することで、修正対応がスムー

ズになりコストも削減できた」と好評である。

2018年、同社はLINE社と正規代理店契約を結び、LINEアカウントの運営・販売を行うことになった。企業や店舗向けのLINE公式アカウントを作り、友だち登録したユーザーへダイレクトに情報・宣伝できるサービス「LINE公式アカウント」をスタートした。

チラシ制作で培ってきたデザイン力をデジタルチラシ制作に活用して、LINEからデジタルチラシに誘導する仕組みを作り、販売促進の効果を上げている。LINE公式アカウント運用者は150件以上になっており、飲食店、ゴルフ場、店舗などの加盟が多い。

◆コワーキングスペース事業を開始

さらに、同社は、燕三条市佐渡に用地を取得し、シェアオフィス・コワーキングスペース燕三条Gスクエアを昨年3月にオープンし、コワーキングスペース事業を開始した。

猛氏は、東京出張でコワーキングスペースの利用が多く、このビジネスの発展の可能性を感じていた。事業再構築補助金も使い、2億円以上の投資を行い、この事業をスタートした。

新幹線「燕三条駅」から徒歩12分の好立地にある、オープンカフェのような雰囲気のコワーキングスペースである。約400m²のオープンスペースはキッチン付きイベントスペースとしても利用できるほか、以下のサービスを提供している。

・レンタルオフィス

1法人2名まで利用できる。防音性の高いカギ付き個室になっており、郵便物の受け取りや法人登記も可能である。月単位の契約が可能で、スタートアップの拠点やサテライトオフィスに最適である。

・コワーキングスペース

ドロップインでの利用はもちろん、使い放題の月会員プランもある。モニターなどの無料貸出しもある。

・会議室

完全予約制で、最大12名まで利用できる。モニターやスクリーンも完備している。

・多目的スタジオ

撮影スタジオやイベント会場として活用できる。

カメラやライトなど撮影に必要な機材が使い放題とな

っている。初回は機材の使い方や目的・用途に沿った写真の撮り方を無料レクチャーする。印刷会社として大手ホームセンターほか多数のチラシを制作し、これまで膨大な数の商品を撮影してきた機材をそのまま利用できる。

・プリントショップ

チラシ、ポスター、名刺、封筒など様々な印刷物を、その場で作成する。

同社のデザイナー、営業スタッフの事務所もコワーキングスペース内にあり、会員のお客様との融合効果が生まれ始めている。

◆「ワクワク」を届けることが使命

同社の売上は3億円。そのうち印刷は8割を占めている。社員数は28名。内訳は、営業4名、制作部13名(動画3名、Web2名、グラフィックデザイン7名、ディレクター1名)、LINE事業部3名、プリントショップ2名、業務・経理3名、製造本部長、役員などとなっている。

今後の会社の方向性については、「ブランディング支援企業」を目指している。お客様である店や会社のこだわり、想いを伝えるには、動画は最適なツールである。パンフレットとともに一貫性を持たせ、その会社らしさ、ブランド確立を支援する。

具体的には、「企業映画化動画&ポスタープロジェクト」を推進している。社員全員が主役になり、まるで映画館に本当に貼ってあるポスターのようなイメージ・雰囲気を具現化する。また連動して社員が主役の動画も作成する。すでに50社以上の会社の動画・ポスターを制作しており、企業の採用活動にも有効な効果を上げている。



企業映画化プロジェクトによって制作した自社のポスター

猛氏、会社の強みを聞いてみた。

① 突飛な発想がある

若いスタッフが多く、新しいことが好き。「思いついたらやってみよう」が合言葉である。

② できないと言わない

いいと思ったらまず実行。「ノー」と言わない。

トライ&エラーを繰り返して質の高い商品やサービスを作り上げる。

③ ストーリーを大切に作る

「モノ売りでなくコト売り」がモットー。名刺のデザインを頼まれても、使う時にどんな会話をするのかをイメージして作成する。

猛氏自身の強みも聞いてみた。

① 人の心を動かすのが好き

10代の頃から、人の心を動かし、感動を生み出すことが好きだった。

② 好奇心が強い

人にもコトにも興味がある。固定概念が嫌い。柔軟な心、柔らかな発想を大切にしている。

③ 行動力がある

どうしようかと迷ったら、とにかく実行する。逆に、迷いもしないことはやらない。

「イチコン」は、これからも時代に合わせて変化し続けながら、商店や企業の「ワクワクさせる」販促のお手伝いを続けていくことだろう。

一言集約 人生は演劇

猛氏は、かつて音響照明の世界で働いて舞台の魅力を感じた。たくさんの会社の中で、舞台に立ちたい、スターになりたいという会社は間違いなく存在する。そんな会社の良さを引き出し、舞台に上げて、スターにしてあげたい。人生は神の演劇。その主役は己自身である。

田中 肇

たなか経営研究所(携帯090-7255-2485) 所長

E-mail tanakoi@ceres.ocn.ne.jp

印刷業の総合コンサルタントとして「業態変革のための戦略策定、ビジョン創り」を得意としている。足を使っての取材によって得た全国300社以上の印刷業の業態変革事例を持っており、講演も多数。元全日本印刷工業組合連合会 特別顧問