

# 印刷会社の枠に収まらない

## さまざまな価値を創造する「情報価値提供企業」。

顧客が伝えたい情報を

的確な方法で、最も効率よく伝える

顧客から「もっと女性客を取り込みたい」という依頼が来た。いかにターゲットの興味をひき、購買行動へと導くか。こんな広告訴求手法に基づき、「伝えたい訴求ポイントが明確に浮かびあがる」販促（販売促進）ツールを制作する。

これだけでも印刷会社の一般的な事業範囲を超え、広告制作プロダクションの領域にまで踏み込んでいたのだが、宮川印刷株式会社はさらに範囲を広げて、販促ツールを「知らせたいターゲット」へ伝えるためのサービスまで引き受ける。たとえばGIS（地理情報システム）によるデータ分析でターゲットが多く住んでいるようなエリアを絞り込み、そこへ新聞折込広告を展開する。あるいは国内最大級のデータベースを持つ企業と協力し、その情報を活用したダイレクトメールの販促企画を提案する。

これらの多様なマーケティング手法を自在に組み合わせ、創意を凝らした販促ツールを提案。顧客が伝えたい情報を的確な方法で、最も効率

よく伝えることで、顧客の課題を解決する。この気概で宮川印刷は「情報価値提供企業」化にチャレンジ中だ。

### 創業百余年の老舗印刷会社を 変革に導く若きリーダー

「これまでの印刷会社は売り上げを制作や印刷コストの代価だと考えてきた。だが、顧客が本当に求めているのは印刷物による訴求効果や販促効果といった目に見える成果。いわば、情報の価値の提供が重要だ。私たちはそう考え、得意な印刷物を軸に据えながら、販促マーケティング業務全般のワンストップサービスにまで踏み込んでいる」。

宮川佳嗣社長はこう意気込む。老舗印刷会社を継ぐ4代目はまだ30歳の若さ。しなやかな発想で「時代が求める印刷会社」への変革を牽引する。

創業は1912年。会社設立後、60年代から70年代にかけて印刷業界に革命をもたらしたコールド化（活版印刷からオフセット印刷への転換）にもいち早く取り組み、とりわけ写植（写真

植字）の電算化には力を注いだという。県内はもちろん、全国的にみても先進的な組版（誌面構成）システムを早期に整えたようだ。

### 強みはクリエイティブ能力 制作からの直接取引が多い

「当時の滋賀南部では当社ほど充実した組版システムを持つ印刷会社は珍しく、また組版には職人技のようなテクニックも必要だった。その技術が認められて、教育機関や官公庁、地元企業等が発行する広報誌、PR誌等の定期刊行物を多く受注するようになり、それに応えるため制作スタッフを充実させてきた。そんな経緯から、85人の従業員のうち約4割をグラフィックデザ

イナーなどの制作スタッフが占めている。かなり高い割合だ。

ハード面ではデジタルの印刷データを刷版（実際に印刷に使う版）に直接出力できるダイレクタ印刷を早期に取り入れるなど、時代の変化に対応した設備投資を怠らないが、「デジタル対応はいまや業界標準。むしろ、充実したクリエイティブ力を持つことが当社の特色であり強みだ」と思う。編集やグラフィックデザインなど、自動化できない人の仕事は印刷物の「価値になる」と宮川社長は強調する。

クリエイティブ力が強いから、プロダクション等を介さない直接取引を伸ばせた。定期刊行物の受注量が多いので売り上げ見通しも立てやすい。そんな好条件の数々が景気の影響を受けにくい企業体質をもたらした。

### Web媒体を意欲的に取り込み サービスメニュー拡大を図る

ホームページ等のWeb媒体が現れ、印刷業界にとって逆風となった時にも、むしろ積極的にネットの世界へ参入。Web媒体を印刷物のライバルと考えず、各々の特色を生かした併用を図ることで好結果を得ている。この経験から、PPC広告（クリック回数に応じて費用が発生するネット広告）等の新しいサービスの取り込みにも意欲的で、最近は大手検索エンジンとの連携を試みるなどで「サービスメニューの拡大」を図り続ける。

「さまざまな分野で進むデジタル化は、地域密着型だった印刷会社に、より広域的な営業展開



それぞれの強みを活かして柔軟に取り組む



企画・制作から印刷・発送までワンストップでまとめてサポート



常に意見交換し、商品の完成度を高める

の可能性をもたらした。当社も首都圏等への進出・拡販を視野に入れているが、そのためには魅力的な個性を身につける必要がある」。

宮川社長が全力で進める「情報価値提供企業」化にはその意図も込められている。その他にもグループ会社を通じて滋賀のタウン情報満載のフリー情報誌「Cheki.pon」を編集発行したり、自社オリジナル美容・健康食品の通販ブランド「MouAsu」を運営するなど、本業から一歩外へ出た情報サービス関連の新規事業に取り組み、特色づくりに努めている。

「広域展開を図る一方で、地域密着型企業の特長を失わず、お客さまの課題解決をお手伝いできる印刷会社になっていきたい。事業領域がいかに広がっても、印刷物へのこだわりは変わらない」。宮川社長は将来展望についてそう語る。



Voice 代表取締役社長 宮川 佳嗣氏

今後も当社を育ててくださった地元への恩返しに努めます。  
印刷物とWeb媒体を組み合わせた情報発信力、  
ダイレクトマーケティング等の販促支援力を駆使した  
当社のワンストップサービスをぜひお役立てください。

Profile 宮川印刷株式会社



- 本社/大津市富士見台3-18
- 設立/1950年
- 資本金/1,440万円
- 従業員数/85名
- 事業内容/印刷全般、広告・販促企画、デザイン制作、Web制作

<http://www.miyagawainsatsu.co.jp/>