

●商店街需要を創り出す組織活動とデジタル印刷の活かし方

印刷会社の地域活性化事業

「モノづくりから

コトづくり→モノづくりへ」



東洋美術印刷株式会社
代表取締役社長 山本 久喜

index

はじめにー東洋美術印刷株式会社のご紹介

1:地域コミュニティとしての**商店街の課題**

2:商店街における**印刷需要**

3:商店街市場**参入の目的と狙い**

4:地域活性化事業における**東洋美術印刷の基本戦略**

5:需要喚起した**地域活性化事例紹介**

6:地域活性化事業の**成功の秘訣**

7:**今後の取り組み**について

8:**まとめ**

■企業理念ーミッション

印刷を核としたコミュニケーションサポート事業を通じて、
こころふれあう社会の実現に寄与します。

■創業:1935年(昭和10年)

■本社:東京都千代田区飯田橋

■工場:埼玉県ふじみ野市大井武蔵野

- ・商業印刷をベースに76年の実績。
- ・保険業界・塾・予備校・大学・各種製造業・信金他、地元企業を
主なお客様とし、各種印刷物からウェブ・モバイル・デジタルメディアまで、
多様なメディアにおいて企画から制作・製版、印刷、製本までワンストップで対応。
- ・本社ビル内にデジタル印刷機を有し、オンデマンドプリンティングにも対応。

1:地域コミュニティとしての商店街の課題

①組織・運営の課題

- ・高齢者多く・IT化に遅れ／広い意味で自立化できない

②人的資源の課題

- ・個人店主の集まり
- ・本業多忙で活動できない
- ・情報が足りない
- ・後継者不在

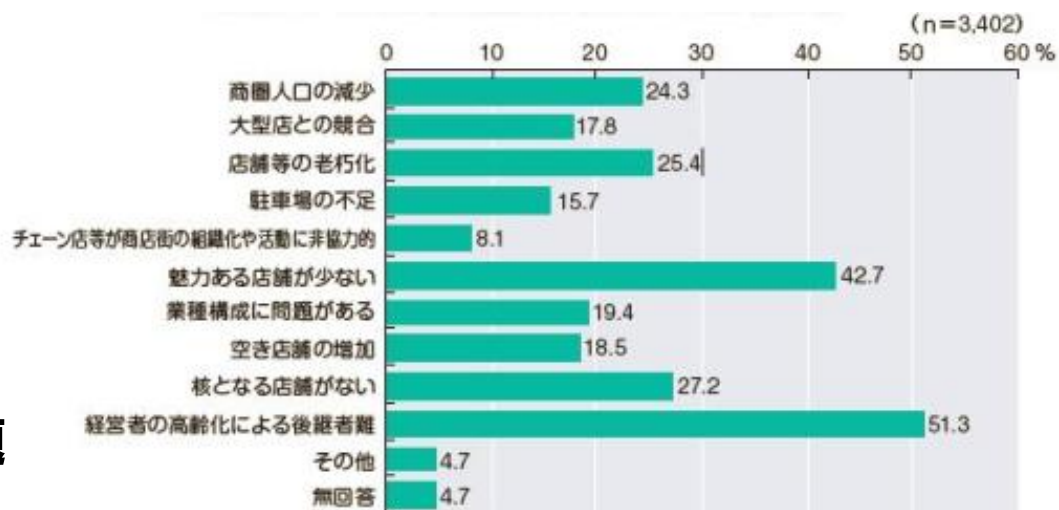
③各個店の課題

- ・大型スーパー、コンビニが脅威
- ・品揃え魅力不足
- ・SPがない

④商店街の機能面の課題

- ・安全・安心／環境／買物支援／
空き店舗対策／ショップ型店舗減少、
ストア型の増大(仕入れ販売)

商店街の抱える問題（複数回答）



(出典) 中小企業庁 平成 21年度 商店街実態調査報告書

消費衰退・少子高齢を受け、生き残りに必死・課題山積

2: 商店街における印刷需要

- ① 売り出しやイベントによる定期的な印刷需要
- ② 一商店街の規模は小さいがまとまる(連合)と大きい
- ③ 助成事業による活性化支援

国、都、区より、商店街振興組合等が行う消費者の購買意欲を高め、消費を誘引するイベント事業や情報発信事業等に対し、一部を支援することにより、地域における消費を拡大し、商店街等における中小商業の活性化を目的として実施される。

**都助成事業例→2010年:40億円の予算規模
新・元気出せ商店街事業(イベント・インフラ・活性化)他**

**コミュニティとしては、定期的で継続的な
印刷・コミュニケーション需要が期待**

3: 商店街市場への参入の目的と狙い

4

受注型体質からの脱却

「モノづくりから

コトづくり→モノづくりへ」

地域活性化事業で実践。

活性化のためのイベント→コトづくり

(印刷だけではなくトータルコーディネートが重要)

コトづくりからモノづくりへの流れをつくる(印刷)

コトづくりを専門に行う組織づくりと運営



Jコミュニティサポートの設立と役割 *印刷会社として、単なるプレイヤーでは生き残れない*

これまでの実績とノウハウを蓄積しながら、
2010年に本格的な活動を始動。

一般社団法人「Jコミュニティサポート」(2010年7月設立)を通じながら、
地域活性化のための施策やイベントなどを企画・立案。
さらに、産学連携ネットワークを活用して地域全体参加型による
商店街の賑わいづくり、環境対策への取り組み、買物支援等のサポートを行なう。

5: 需要喚起した地域活性化事例の紹介

- 2005年 千代田区飯田橋商店街
「歴史のサンポーロ」
モバイル連動型小冊子の企画・制作



①フリーマガジン

周年事業型

- 2007~2008年 文京区商店街連合会
60周年記念フリーペーパー
「めぐるめ」企画・編集・印刷
協力:文京学院大学国際マネジメント学部 池田ゼミ



イベント連動型

- 2007~2011年 千代田区
ワンコイン事業
フリーペーパー「CHIYOMO」企画・編集・印刷
連携:明治大学 小川ゼミ



5: 需要喚起した地域活性化事例の紹介

②広域(商店街連携)イベント

- 2009年 「さくらタウンズ」(文京区西地区10商店街参加)企画・運営・実施・印刷物全般
協力: 跡見学園マネジメント学部 芝原ゼミ



イベント告知チラシ

ポスター(A3サイズ)

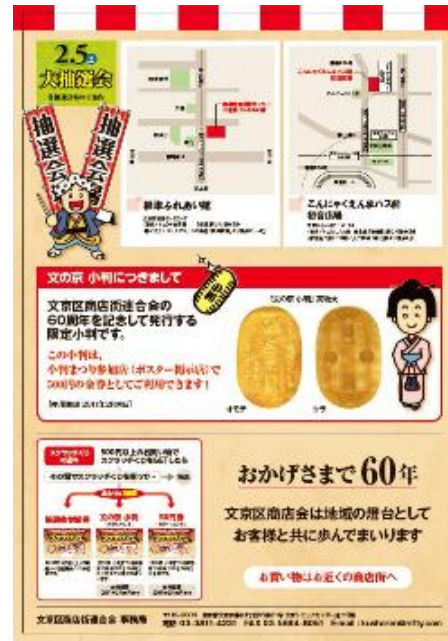
5: 需要喚起した地域活性化事例の紹介

②広域型(商店街連携)イベント

- 2011年 文京区区制60周年記念イベント「小判まつり&大抽選会」企画・運営・実施
協力: 跡見学園 マネジメント学部 芝原ゼミ



イベント告知チラシ



スクラッチカード

5: 需要喚起した地域活性化事例の紹介

「小判まつり&大抽選会」イベント風景(春日・根津2会場)



5: 需要喚起した地域活性化事例の紹介

③年間イベント及びインフラサポート

- 2010年 地蔵通り商店街「コミュニティタウン構想」アンケート調査・企画・提案
協力:早稲田大学 教養学部 箸本ゼミ
- 2010年 地蔵通り商店街 地蔵の宅配サービス企画・実施サポート



- 2010年 地蔵通り商店街 クリスマスイルミネーション企画・実施サポート
- 2010年 文京区町内会「地域底力発揮事業」企画・実施サポート

5: 需要喚起した地域活性化事例の紹介

③年間イベント及びインフラサポート

●2011年 地蔵通り商店街 節分祭り企画・実施サポート

告知チラシ(ポスター)



イベント風景



5: 需要喚起した地域活性化事例の紹介

④ その他

※2010年は、北区・荒川区広域イベント「のど自慢コンテスト」の企画・実施に協力・(広域イベントにも参画)

※2011年2月には、全国商店街フェアにおいて地蔵通り商店街ブースの設計及び広報活動も担当。

「全国商店街フェア」地蔵通り商店街ブース



1:実行と運営において (意外に気がつかない4つのポイント)

秘訣を詳しくお知りになりたい方は、
当社ホームページのお問合せフォームより
お問合せください。

2:産学連携において

ただ大学生に参加してもらっただけの時代は終わった

秘訣を詳しくお知りになりたい方は、
当社ホームページのお問合せフォームより
お問合せください。

1:商店街、そして多様なフィールドへ

Jコミュニティサポートを推進力に、 印刷ノウハウを活かして。

2011年 地藏通り七夕まつり/朝顔・ほおずき市/小石川こんにゃくまつり/
プレミアム商品券事業/文京逸品大賞コンテストなどを企画中。

地藏通り商店街では、環境と省エネ施策、防犯対策等のインフラ整備ならびに
買物支援、子育て支援、さらには地藏のブランド施策などの企画を進行中。

●広がる可能性と挑戦

環境と省エネの街づくり→早稲田大学との連携(自動販売機の最適提案)

地元密着ショッピングモール支援→イベントと新規客獲得のエリアマーケティング

老舗店の商品開発提案→跡見学園との連携

地域全体の産業活性化・総合イベント・農商工連携・クロスメディア広報等への参画

2:デジタル印刷・デジタルメディアの有効活用

紙とデジタルを融合できるのは印刷会社だけ
地域との連携も地元密着型対応で歴史と実績

- ・小ロット印刷、サイン関係⇒デジタル印刷の機動的活用
- ・モバイル情報発信(C2)、モバイル活用イベント提案
- ・フェイスブック等ソーシャルネットの活用
- ・タブレット型端末に対応した電子書籍や新たな情報発信
- ・デジタルサイネージによる商店街情報発信と広告媒体化

紙とスマートフォンやタブレット端末などのメディアミックス
コンテンツ制作とマネジメントの充実
目的やコンテンツの性質に合わせた最適なアウトプット

●地域活性化・地域振興事業とは...

社会に貢献できるビジネスモデルであり、
なによりも
時間と手間のかかる事業である。
すぐに結果は出せない。

覚悟が必要
事業化にこだわり続ける
地域のネットワークが大きな財産

●これからを生きる当社にとっての5Sとは

サ=サステナビリティ	持続可能であること
シ=シンセリティ	誠実な心、対応、経営
ス=スピード	早いレスポンス、変化への柔軟対応
セ=センス	感覚に優れ、クリエイティブであること
ソ=ソーシャリティ	社会の一員であること、地域の一員

ご清聴ありがとうございました。