

vol.003 SEPTEMBER, 2018. [株式会社正文舎] 会社案内

with
SBS



正文舎のアレやコレ。

「株式会社 正文舎」A to Z

CHARACTER



株式会社 正文舎のすべての情報は、WEBサイトでご確認ください。

※SBSは、正文舎 (SyouBunSyaの略です)



ぶらねっと
2008©syoubunsysa.inc

CHARACTER

Text : Narita Sadayuki Illustration : Illustration KO

愛されるキャラクターに。

ある日の午後、社内の階段ですれ違った工務部課長の平澤に「LINEスタンプを買ってくださったお客様に、『正文舎のキャラクターはなぜ地球なの?』と訊かれたのだけれど、どうして?」と質問された。なぜ平澤が私にそんな質問をしたのかというと、何を隠そう（別に隠してはいないが）、私が正文舎のマスコットキャラクター“ぶらねっとくん”の「生みの親」だから。その“不意打ち”のような質問をされた私は、その理由をまったく思い出せず、その時は「理由なんてないよ」とお茶を濁すしかなかった…。

しかし、「理由がない」というワケがあるはずもなく、ここで改めてその「誕生秘話」を紐解いてみよう。

2007(平成19)年当時、正文舎(当時:正文舎印刷)は、北海道印刷工業組合が推奨していた色覚障がい者に配慮した印刷物を制作しようというCUD(カラー・ユニバーサル・デザイン)に、社長の岸の指示で、私が実験的に取り組み始めていた。

変わるもの、 変わらないもの

大学生の娘が近所のコンビニでアルバイトを始めて3カ月ほど経ったある日、背中を丸めて半べそで帰って来た。あまり詳しいことは聞かなかったが、どうやら何か大きなミスをして、お客様とのトラブルに発展したらしい。

そもそも最近のコンビニは、覚える仕事の量が尋常ではない。昔からある、袋詰め・レジ打ち・商品の陳列・店内清掃・トイレ掃除、そんな作業だけでも大変そうだと思っていたが、今はまず決済の方法が多岐に渡る。現金、クレジットカードのほかに、各種ポイントやら、デビットカード、スマホアプリ、スマホを使ったクレジット決済など、支払い一つとっても複雑怪奇だ。クレジットカードの支払いが途中でトラブルうものなら、取り消しするのもまたひと苦勞。そのほかにも、公共料金の支払い、くじなどのイベント、季節ごとのお弁当予約、オンラインショッピングの荷物受け取り、チケット販売、ネットプリント、宅配便…。なにしろ今やコンビニはマーケティングの最前線。世の中の変化の先陣を切って進化を遂げるのだから、仕方がない。

「人間の本性はね、混雑してるコンビニで現れるんだよ。」娘はよく口にする。「でもね、ネクタイしたサラリーマンのおじさんはね、本当に優しいよ。混雑していても怒らずに気遣ってくれる。」それを聞くと、にわかに地域のおじさんたちへの感謝の思いが沸き上がる。アルバイトという形で社会との接点を持ち、仕事の厳しさに直面する娘に、人のやさしさを教えてくれてありがとう。どんなに社会が変化しようとも、こういう人間同士の触れ合いは無くならないのだ。

涙をこらえて「どうしよう、失敗しちゃった」とうつむく娘に、声をかける私。「起きてしまったことは仕方ない。命取られるわけではないから。大丈夫。また明日から精一杯頑張って、取り返せばいいんだよ。」それは、かつて私が会社で失敗したとき、営業部長の木島からかけられた言葉だったりする。

閑話休題。
コンビニがめくるめく進化を遂げているように、Webマーケティングの世界も日々激しく変化している。「映画館に行ってみたら満席だった」なんてことも、タクシーを往来で呼び止めることもなくなり、今はスマホで簡単に解決できる。お洗濯だって、お墓参りだって、ネットで注文できるのだ。そこには必ずオンライン決済が絡んでくるし、決済方法も次々に新しいものが登場している。「Webサイトにクレジットカード決済を入れたい」「オンラインショップにAmazon Payを入れたい」「インスタグラムにショッピング機能を入れたい」など、新しい購入システムのご相談はお気軽にどうぞ。



Photo : Adobe Stock



第1回メディア・ユニバーサルデザインコンペティションに出品した「2008ECO&UDカレンダー」(当時：正文舎印刷株式会社)

そんな中、その取り組みの“腕試し”として、全日本印刷工業組合連合会主催の「第1回メディア・ユニバーサルデザインコンペティション」に出品することに。

さて、何を創ろう・・・？

いろいろと思索した結果、万人に馴染みがあって、色のユニバーサルデザインが表現しやすく、尚且つそれほど邪魔にならないということで「卓上カレンダー」を制作することにした。更にせっかく創るのだから素材も一工夫して、紙は「間伐材」、インキは石油系溶剤をまったく使用しない大豆系インキを使うようにして、「地球環境」にも配慮したモノ、「人と地球にやさしいカレンダー」を創ろうということに。

裏面にはそれらの説明を掲載することにしたのだが、ただ説明文を載せても読んでほもらえないだろうと思い、当時、エッセイストのみうらじゅん氏が考案し、世の中に認知され始めてきた「ゆるキャラ」を取り入れたら読んでもらえるのではと考え、「地球にやさしい」と言えば、そのモノずばり『地球』だろうと、私がラフを描き、イラストレーションKOの尾谷氏に「地球を擬人化したキャラを描いて」と発注し、何度か改良を重ね、出来上がったのが「アースくん」。そう、「アースくん」は元々「エコロジー」を表現した『エコキャラ』だったのであった。

「んっ？ アースくん？ ぶらねっとクンの話じゃないの？」と訝ったあなた。

慌てないで。この話には続きが…。

第1回メディア・ユニバーサルデザインコンペティションに出品した「2008ECO&UDカレンダー」は、おかげさまで「全日本印刷工業組合連合会会長賞」を受賞。

アースくんはそれで「使命」を終えて、たまに私が社内向けの印刷物を作る際に、「ふざけて」アースくんを登場させてはいたが、それ以外は鳴りを潜め、公の場には姿を現していない。しかし、密かにそのキャラを気に入っていた岸から「社外向けの正文舎の販促ツールにも使ってくれ」というオーダーが。

しかし、当時の「エコロジー」ブームに“懐疑的”になっていた私は、そのまま「エコキャラ」として使う気にはなれなかったので、名前を惑星を意味する“ぶらねっと”と替え、エコ感をぼかし、「ひらがな」にすることで“ゆるさ”を強調し、「明確」な“使命”を持たせないように「生まれ変わらせ」て公の場に登場させることに。「棚からぼた餅」的な気づきだが、冒頭の質問があったということは、その方には「エコキャラ」という印象がなかったということで、私の試みは「成功」したといえるのでは…。

そして社内には、岸の他にも、自分で人形を作ってしまった総務部課長の下田や、PCの壁紙を“ぶらねっと”にしてしまっている営業部の新井のような“熱狂的ぶらねっとファン”が存在する。得意先や取引先のような社外の方にも「愛される」ようになってもらえたらと、生みの親として願いながら、今日もせっせと“ぶらねっと”に仕事をさせるのであった。

What's New!

ぶらねっとのLINEスタンプ 絶賛 発売中!!

正文舎のイメージキャラクター “ぶらねっとくん”LINEに降臨!

「日常編」ということで、日常会話
などを中心に揃えました。文字を
打ち込みしなくても、これだけで
会話できちゃうかも!??



正文舎では、LINEスタンプの 制作も承っております!

企画・制作・承認依頼・
公開手続きまで一貫して
お手伝い。
話題作りに貢献します。

認知度UP
成約率UP

LINEスタンプ企画・制作・公開手続

●32個：18万円～



01 正文舎 New&Goods

Text : Shirafuji Saori

小さな行動から、大きな結果を生み出せる。



正文舎の3階に、オンデマンド印刷機^{※1}・CTP機^{※2}と仕事場を区切るパーティションが入りました。これで音が遮られ、以前よりも静かで働きやすくなったと思います。何人かは週報^{※3}で「よかったこと」として報告してくれました。パーティションが導入された直接の理由は、業務拡大でオンデマンド印刷機を増やしたためです。ですが、それまでもスタッフから業務改善提案が出されていたのです。オンデマンド機の音で電話が聞きづらく、お客様との会話もスムーズにできないこともあるので改善したい。音を吸収する吸音パネルを入れてはどうかという提案です。経営側も音の問題は認識していました。パーティションを入れるには、それなりの予算が必要なので、いつ実行しようかと考えていたところでした。それを社員と共有できたことで、行動リストに入れていつも確認していました。それが思ったよりも早く実現できることにつながったのではないかと思います。

働く現場でちょっとした不満があったり、心に引っかかったりすることがあったら、まず声に出していってやるのが大事です。スルーできることはよいのですが、そうでないならば、そのままにしておかないで、どうしたらよいか考える、考えたら周囲と相談する、そして行動してみるということが必要です。そうすると、無理だと思ひこんでいることが、無理でなくなるかもしれません。提案書を書いたスタッフもダメかもしれないと思っていましたが、実現できて喜んでいました。大きな結果になったのですね。

※1：いわゆるデジタル印刷機。オンデマンド（On demand）印刷とは、「必要に応じて必要な部数を提供する印刷」という意味で、PCで組版したデータを直接印刷機に送るので、製版作業を必要せず、短納期・多種・小ロットの印刷物に適した印刷機のこと。弊社ではRICOH Pro C7200を3台とRICOH Pro C9200を1台導入しています。

※2：オフセット印刷（通常の印刷）に必要なCTP版（アルミ版）を出力するための機械のこと。1色につき1枚のCTP版が必要でかなり大きな音が出る。

※3：社員全員が毎週金曜日に、その一週間にあった良い出来事（個人的なことも含む）や、「ヒヤリ」としたことを記載し報告する、上長・経営者と情報を共有するためのコミュニケーションツール。

《会社概要》

社 名：株式会社 正文舎

代 表 者：代表取締役 岸 昌洋

創 業：昭和 9年 5月 1日

設 立：昭和27年 5月15日

資 本 金：1,400万円

所 在 地：[本 社]
〒003-0802
北海道札幌市白石区菊水2条1丁目
4番27号
TEL.011-811-7151
FAX.011-813-2581

[東京オフィス]
〒107-0051
東京都港区元赤坂1-1-7
オリエント赤坂モートサイド805
TEL.03-5413-4016
FAX.03-5413-4017

取扱い品目	
印刷事業	
【商業印刷物】	
〔情 報 系〕	パンフレット・リーフレット・カタログ・チラシ、会社案内、ポスター、カレンダー、PR誌、取扱説明書（マニュアル）
〔物流資材系〕	各種封筒、包装紙、シール・ラベル
【出版印刷】	
〔書 籍〕	名鑑、各種名簿、記念誌、単行本
〔雑 誌〕	週刊誌、月刊誌、専門誌
〔新 聞〕	各種業界新聞、学校新聞
〔学 参 系〕	教科書、辞典、問題集、生徒会誌
〔自 費 出 版〕	同人誌、自分誌、詩集、エッセイ、写真集
【業務用印刷】	
伝票・帳票各種、オンデマンド／バリアブル、小ロット印刷、賞状（学位記・証書等）印刷、可変宛名印字、ダイレクトメール	
情報メディア事業（WEBサクセス）	
http://www.websuccess.jp/	
各種WEBサイトの企画・制作・運営管理、各種データベースの企画・構築・運営管理、クロスメディア展開の企画・構築・運営管理	
賞状net事業	
賞状・表彰状等のネット通販サイトの運営	



メディア・ユニバーサル・デザイン協会認定の
メディア・ユニバーサルデザイン・アドバイザーの
資格を持った制作者が多く在籍しています。



紙には古紙80%再生紙の
OKマットコートエコグリーンを使用しています。



グリーンプリンティングの認定を受けています。



P-00023

全日本印刷工業組合連合会による
CSR認定制度の基準を達成しています。



IS 618840/ISO 27001

ISO/IEC 27001:2013 JIS Q 27001:2014
情報セキュリティマネジメントシステム
の認証取得をしています。



ぶらねっと
©syoubunsysa.inc

★ぶらねっとくんは、正文舎の業務や取組を紹介するときに
どこからともなく現れるオリジナルキャラクターです。

想 像 を 創 造 へ

株式会社 正文舎

札幌本社 〒003-0802 札幌市白石区菊水2条1丁目4-27
TEL.011-811-7151 / FAX.011-813-2581

東京OFFICE 〒107-0051 東京都港区元赤坂1-1-7 オリエント赤坂モートサイド805
TEL.03-5413-4016 / FAX.03-5413-4017

<https://www.syoubunsysa.co.jp>

Publisher ■ Kishi Masahiro
Creative Director ■ Narita Sadayuki
Chief Editor & TOPICS Writer ■ Ebina Mikiko
Art Director & A to Z Writer ■ Narita Sadayuki
New&Goods Writer ■ Shirafuji Saori
Editor ■ Honma Kazumi
Editor ■ Tokunaga Moe
Editor ■ Watanabe Mototsugu