

継

継承・継続・中継・後継
Kei

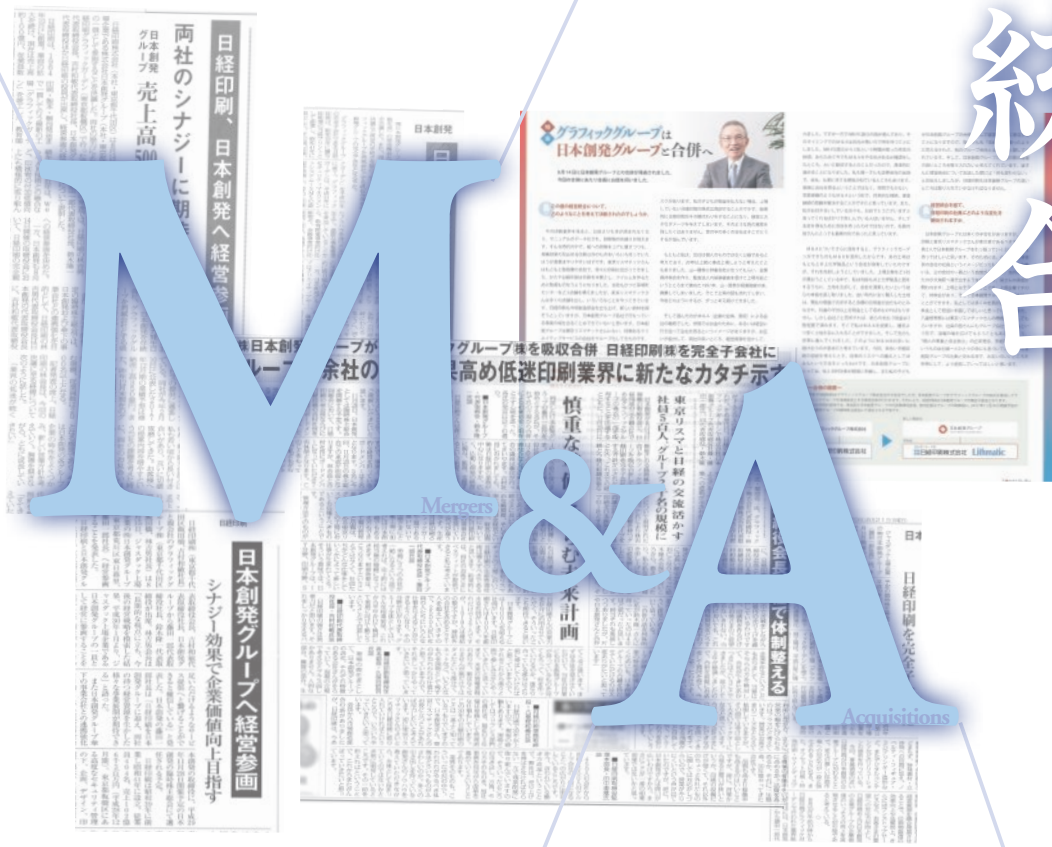
日経印刷 CSR アクティブレポート Dec.2017

Vol.5

経営統合
シナジー効果への期待

情報加工サービスの
すべてに答えるために

特集 経営統合



複数の企業が経営を一体化してそれぞれが得意とする事業を補填し合うことで市場での競争力を高め、新たな企業価値の創造とより強固な事業継続を目指していくのが、いわゆる企業合併の図式です。

「合併」「買収」「経営統合」……。さまざまな言い方で語られ、何がどう違うのか気になるところですが、「M&A」という言葉が、これらを総称した言い方になり、英語の Mergers (合併) And Acquisitions (買収) を略して「M&A」と表記します。そしてこのたび、日経印刷は日本創発グループによる「経営統合」を受けることになりました。

「経営統合」の場合、統合した(された)各社の組織や資本はそのままに存続します。完全に組織がひとつになり、1社のみが名称も組織や資本も継続して残る(残す)「合併」とは大きく違います。

より盤石な資本力と組織力を有する企業グループに過半数以上の株式を譲渡することで、私たち日経印刷の事業継続性を高め、自社の企業価値・存在意義をより強固に社内外へ向けて鮮明にしていくことが狙いです。さらなる飛躍への戦略的選択と捉えてください。

私たちの「新・日経印刷」が、どこへ向かおうとしているのか？
次頁からの社長インタビューで---



日経印刷株式会社
代表取締役社長
吉村 和敏

吉村社長に聞く

Hot Interview

平成30年1月より始まる

日本創発グループとの 経営統合について

日本創発グループとの経営統合が決まり、日経印刷は新たな事業環境のなかで新しい年を迎えます。

何が変わるのか？ あるいは変わらないのか？

印刷・紙メディアとデジタルコンテンツを巡る社会環境が激変していくなかで、私たちはどう関わっていくべきなのか。

吉村和敏社長に今回の経営統合の真意と日経印刷の今後を聞きました。

(株式会社朝日新聞出版 カスタム出版部部長 内田 知之)



情報加工サービスのすべてに答えるために

紙は、なくならない

内田 製版・印刷を取り巻く技術革新は枚挙にいとまがありませんね。活字・写植版下の時代からDTPですべてが完結する時代へ。アナログからデジタルへ、この10年、いや20年、ものすごい勢いで業界全体が走り続けてきました。

吉村 確かに目まぐるしかった。気付いてみれば版を必要としない印刷へと大きく様変わりしました。デジタルへの変化は止まらない。ですが、それでも「紙」はなくならない。スマートデバイスがどんなに進化しても、オリジナル性、風合い、手軽さ、そして一旦定着されたら一切改変されないという信頼感。そこが、紙の存在価値ではないかと……。

内田 電力や通信環境にも依存しないで済むメディアですよ。

吉村 さらに言えば、品質にこだわり抜いていけば、そこはどこまでも追いこんで、高めていける。品質管理と生産性の向上、そして

お客さまの広がり続けるニーズに答えていくことが当社の創業以来の歴史でもありましたね。

今回の経営統合の真意は

内田 さらに、今回の経営統合へ。

吉村 事業の継続性をより強固なものにして、より社会に貢献できる企業であり続けるための最善の選択の一つがなされたというわけです。

内田 日本創発グループ40社を超える企業群の一翼を担うことになりましたが、社員の皆さんはどう捉えているのでしょうか。

吉村 事業領域がいきなり広がって、驚いたかもしれませんが、「やれることが増えた。出来なかったことが出来るようになった」と捉えてほしいのです。大きなグループの中で一緒に何が出来るのか。さらに、グループ内での日経印刷の存在意義は何なのか。そこをじっくり考えてみてほしいのです。

内田 貴社が掲げる「人の想いを

カタチに」という事業スローガンからすれば、お客さまの課題解決に貢献できるソリューション提案の幅が一気に広がったわけですね。

吉村 日経印刷はお客さまの想い、さらにその先の「お客さまの顧客の想い」をかなえるクリエイター集団でありたいと思っています。お客さまの目線の手前で考えるなら、営業目線ですが、営業が提案する目線で印刷の現場を見つめ、考えて、改善できる場所はしっかり変えていく。技術的なスキルアップはもちろんですが、仕事に向かうときの「感度」を上げながら、足元もしっかり見つめる感覚を持つとでも言うべきでしょうか。クリエイターとしての感覚を磨きながら、新たな事業領域の可能性を探っていつてほしいのです。

内田 なるほど、印刷という「モノ造り」から、その周辺領域を含めた「モノ創り」への転換といったような意識改革でしょうか。

吉村 そうですね。場合によっては「造る」と「作る」と「創る」





の3つを使い分けながら、お客さまの想いをカタチにしていく。提案の幅や技術の選択肢が大幅に増えることになるのは確かです。グループ全体を見渡せる視野の広さも、これからは必要になりますね。

さらに、グループ企業間での切磋琢磨も大事だと考えています。日経印刷の経営品質の高さは誇れるものだと思いますし、相互に良いところは影響し合えるような関係性を築いていきたいですね。

仕事は楽しく個性豊かに

内田 日経印刷の顧客指向経営のDNAをグループへ浸透させていきながら、より良いシナジーを發揮させていくということですね。

吉村 ぜひとも、そうあってほしいと考えています。技術革新のスピードは、さらに加速していくでしょう。でも、どんなにテクノロジーが進化しても、それを最高のパフォーマンスで維持するためには人の手が必要です。よりクリエイティブにこだわる。こだわり抜くことが求められるはずです。社員一人ひとりの「働き方」が、その人の「生き方」と重なるようなクオリティへと深化していくのが、これからの時代の働き方だと思うのです。こだわる部分、こだわり方にこだわっていくというか……。

内田 デジタルになればなるほど、人間力が求められ、創造力や個性が発揮でき、それが組織全体の力を底上げしていくというか……。

吉村 我々のアイデアと技術で、お客さまの課題解決につながる「モノ創り」を支援するために、徹底

的にこだわり抜いて、何かを考え、自分のモノにしていく姿勢が必要だと思っています。ただ、ひと昔前のように一人のカリスマ的な人材が成功をもたらす時代ではなく、一人ひとりの得意な能力を相互に活かし合ってグループ力で勝っていく時代ではないかと感じています。日本創発グループとの経営統合は、そうした「働き方改革」をも我々にもたらしてくれるような気がしています。

「一人の想いをカタチに」を目指しながら、自分自身の働き方も、より仕事を楽しむ働き方へと深化させることができれば、仕事も人生も、もっともっと楽しくなる。

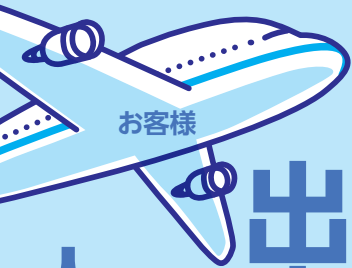
内田 経営統合は一つのきっかけであって、時代は大きく動こうとしているのかもしれないね。我々のような出版社も、コンテンツ・クリエイターとしてどう変わり続けるのが問われています。時代のニーズを最前線のその先で捉えていく姿勢が必要ですね。日経印刷の2018年に大いに期待すると共に、一緒に何か面白い、新しいことにトライしていきたいですね。ありがとうございました。



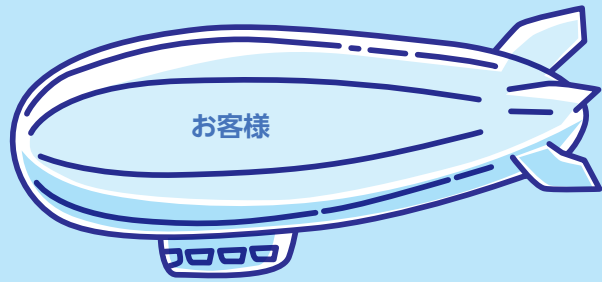
株式会社朝日新聞出版
カスタム出版部 部長
クリエイティブディレクター
内田 知之

Profile

雑誌媒体・テレビ番組制作現場でフリーライター&フリーカメラマンを経験。IR/PRツール制作会社勤務ののち、幻冬舎グループのカスタム出版事業立ち上げに参画。2010年4月、朝日新聞出版に入社、同社のカスタム出版事業を立ち上げ現在に至る。



お客様



お客様

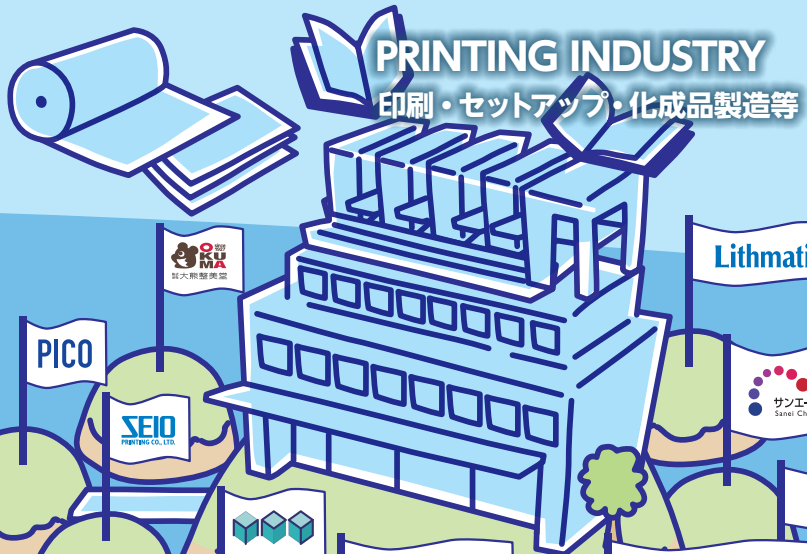
人の想いを

あんなことも
こんなことも
出来る

日経印刷株式会社

PRINTING INDUSTRY

印刷・セットアップ・化成品製造等



Lithmatic

PICO

SEIO

サンエーカク印刷
Sanei Chemistry Printing

BISHODO

kyocolo

宏和樹脂工業株式会社

SIGN & DISPLAY

サイン・ディスプレイ等



Lithmatic

メイワ
meiwa

MEDICOS
ENTERTAINMENT CO., LTD.

elore
株式会社 コローレ
colore co.,ltd.

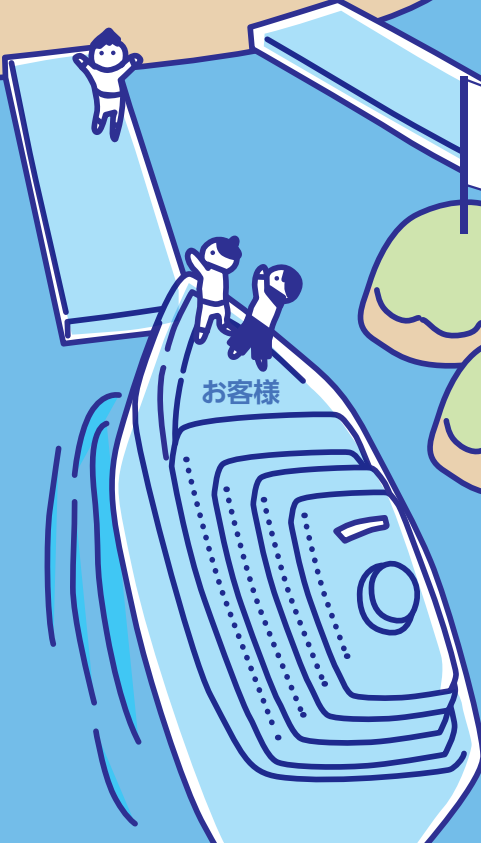
株式会社 エヌビー社

あみューズ

株式会社 サカモト

GOODS

ノベルティ・文具・雑貨・フィギュア等

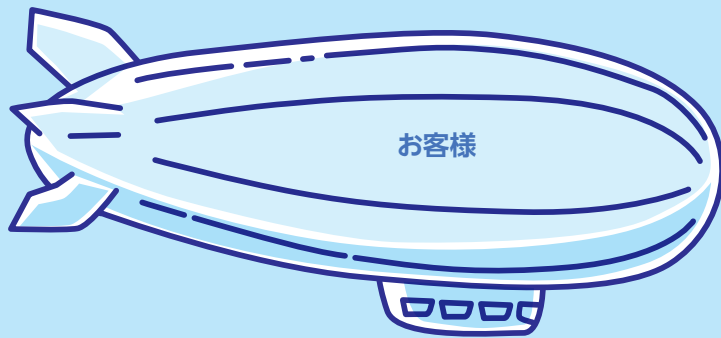


お客様



ワクワクが
止まらない

カタチに
出来る



CONTENTS & SYSTEM
デジタルコンテンツ・システム開発



MARKETING

調査・分析・市場開拓



CREATIVE & PLANNING

企画・制作



日本創発グループ
JAPAN CREATIVE PLATFORM GROUP

東京リスマチック株式会社

Lithmatic

東京リスマチック株式会社は、東京23区内に店舗・工場・制作部があり、印刷関連サービス会社として事業を展開しています。お客さまに必要とされる存在であり続けるため、単なる「印刷会社」ではなく「クリエイティブをサポートする会社」として自社を定義付け、商業印刷・サインディスプレイ・印刷サービス店舗の運営、セールスプロモーションの企画制作など幅広いサービスをワンストップで提供しています。



株式会社美松堂

BISHODO

株式会社美松堂は、都心から近距離のつくばテクノパーク豊里工場団地の中央に21,000㎡のオフセット輪転印刷・製本加工の一貫生産工場を有し、出版印刷・商業印刷・SPツールを提供しております。



サンエーカガク印刷株式会社

サンエーカガク印刷
Sanei Chemistry Printing

「こすると香る印刷物」や「温めると色が変わる印刷物」などの特殊印刷、「ノベルティ用ステッカー」や「商品ラベル」などのさまざまなラベル・シール。長年培った専門的な技術とノウハウを強みとした提案の幅広さで、ワンランク上のサービスを提供しております。



成旺印刷株式会社

SEIO

PRINTING CO., LTD.

映画が娯楽の中心であった時代から、映画をこよなく愛するファンと共に成長してまいりました。新しい作品ごとに、意匠をこらした新しいパンフレットやポスターで、夢と希望とロマンと、そして感動を永遠の思い出として残るような印刷物を作り続けております。また、広告媒体に係わるデザイナーの方々の表現をサポートし、訴求力のある印刷物を提供しております。



株式会社大熊整美堂

大熊整美堂

創業から80年以上にわたり、常にお客さまのニーズにお応えしながら、印刷技術を活かしたモノづくりを実践し、出版業界と共に成長してまいりました。出版印刷で長年培われた印刷・造本技術をベースに、さまざまな意匠をこらした訴求力のある印刷物を提案しております。



プリンティングイン株式会社

PICO

自費出版・同人誌の制作者は、自分が生み出した作品に並々ならぬこだわりを持っていらっしゃる。その中には印刷会社とおつきあいの初めというお客さまも多数いらっしゃいます。初心者の初めての夢をかなえるために、またリピーターの夢を持続させるためにも、独自のサービスを提供しております。



株式会社アスティ



株式会社アスティは、広告代理業を営み、主に新築分譲マンションなどのマーケティング戦略からセールスプロモーションの企画及び制作を主な業務としております。



株式会社プレシーズ



社会や環境、生活者の視点に立ち、企業が抱えるさまざまな課題と向き合うことで、大切なコミュニケーションの新しい価値を創造してまいります。企画・制作から印刷、デジタル領域、イベントブースまで縦横無尽にサポートし、社会や環境に優しく、もっと伝わるコミュニケーションを実現します。



ダンサイエンス株式会社



様々なマーケティング活動により「信頼されるソリューションパートナー」として、クライアントのあらゆる課題解決をサポート。商品の誕生、認知、普及、進化の全行程にわたってクライアントに寄り添い、柔軟な発想と迅速な行動で市場づくりを支援しています。



株式会社マーケティングディレクションズ



総合的なマーケティングコンサル企業として数理解析、多変量解析を駆使した独自の調査手法、商品開発・ブランド育成ノウハウで勝負し、最近ではコンシューマインサイト・消費者の本音を掴むノウハウを導き出しサービス化しています。



株式会社ジー・ワン



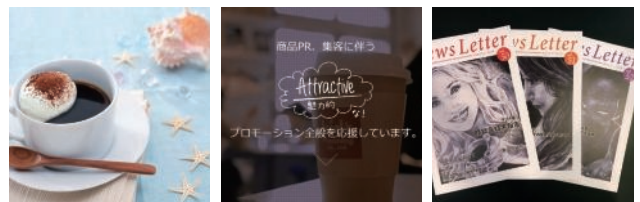
様々な顧客接点での課題を解決するため、インスタVMDやキャンペーンビジュアル、グッズ、パッケージ、WEBなど、ロジカルなコミュニケーションから直感的なグラフィックまで、マーチャンダイジングの現場で鍛えたクリエイティブを開発しています。



キッズプランニング株式会社



自由な発想と新鮮な気持ちを基本姿勢に、女性ならではのしなやかな感性ときめ細やかな対応力を活かし、魅力的なプランニングで企業と生活者のコミュニケーションをトータルにサポートしています。



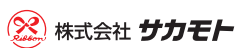
株式会社キョーコロ



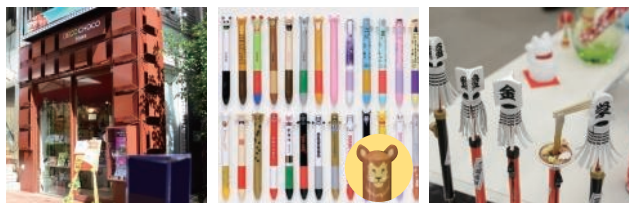
学生時代の懐かしい思い出を記録するスクールアルバム。クラスメイトの集合写真とスナップはもちろん、時代の風俗や流行・生徒の感性を大胆に取り入れたユニークなスタイルで、学生生活と時代の空気を共に一冊のアルバムに凝縮し続けております。



株式会社サカモト



独創的な文房具・雑貨にプラスアルファのデザイン・機能・遊び心が常に組み込まれている付加価値商品・サービスを日々開発しております。



株式会社コロレ



株式会社コロレは、大手化粧品メーカー各社のセールスプロモーションに用いるバッグやポーチなどのノベルティを製作しています。大切にしているのは、商品の世界観を魅力的に伝えるためのデザイン。豊富な経験値から紡ぎ出すデザインと、高いクオリティを誇る試作技術をもって、商品をいっそう魅力的に見せるようなノベルティの提案・製作を、常に心掛けております。



株式会社エム・ピー・ビー



株式会社エム・ピー・ビーは、主に厚紙・段ボール・スチレンボード・PET・PP などやアクリル・塩ビなどの板加工や成型、金属板や金属パイプ類の各種加工を設計から関与し、納入レギュレーション基準の厳しい業界様向けに提供しております。



株式会社メディコス・エンタテインメント



株式会社メディコス・エンタテインメントは、主にフィギュア・キャラクターグッズの企画・製造・販売を行っております。また、納得いくものが出来なければ製品を発売しないという方針の下、事業を運営しており、製品の完成度はフィギュア業界において非常に高い評価を得ています。



明和物産株式会社



宅販サービスを基幹事業として、「美しく健やかな生活の提供」をテーマに単に商品をお客様へお届けする「便利さ」に留まらず、お客様に「満足」頂けるサービスが提供できる様、人材育成に力を入れ、地域の皆様に愛される店づくりを目指しています。



株式会社キャドセンター

CAD CENTER

革新的な技術力をベースに、キャドセンターが世に送り出したデジタルコンテンツの数々は、ジャンルを超えたさまざまなシーンでコミュニケーションの新しい価値を生み出してきました。市場の変化を敏感にとらえたセールスプロモーションツールや、社会によりよい豊かさと利益をもたらすシステムやサービスの提供により、お客さまのご要望にお応えしております。



株式会社ソニックジャム

[] SONICJAM

人を動かすクリエイティブ、未来につながるプロジェクトを生み出すデジタル・クリエイティブ・プロダクション。デジタルコミュニケーション戦略立案、インストールデバイス開発、Webサイトの企画・制作、映像・モーショングラフィックス制作、UX/UIの設計、iPhone/Androidアプリケーション開発を手がけています。



クラウドゲート株式会社

CG Crowd Gate

クラウドゲート株式会社は「創る」を支援するという経営理念のもと、たくさんのクリエイターの方々とのコラボレーションにより、ゲームグラフィックやテキスト素材の制作、ウェブトゥークRPGという自社オンラインゲームの開発運営、各種クリエイティブのコンテスト開催など、クリエイターの才能と活躍の機会をつなぐさまざまなサービスを提供します。



株式会社 FIVESTAR interactive

FIVESTAR INTERACTIVE

ファイブスターインタラクティブは、海外・国内のグローバル企業に向けたデジタルプロモーションのコンサルティングを行っています。社内スタッフが多言語に対応し、WEBサイトのデザイン・システム構築からスマートデバイスのコンテンツ開発をはじめ、クライアント企業のパートナーとして、ビジネス面から支援するデジタルプロモーションのコンサルティングに取り組んでいます。



株式会社エグゼクション

EXECTION

Information Technology Consulting

IT業界の課題である人月工数と多重下請商流を解決した開発モデル「EXES」(エグザス)を中心に、採用・営業・ITの経営課題を切り口としたコンサルティングから要件定義を経て、最適なプランをご提案し、開発・保守・運用の実行支援を行っております。



株式会社ポパル

popal

Going Beyond Conventional Thinking
株式会社ポパル

1972年、百貨店内にPOP広告を制作するスタジオを設置して以来、そごう・西武、ロフト、京急百貨店などの店頭POP広告・VP(ビジュアルプレゼンテーション)を軸とした売り場づくりをサポートしています。また、日本郵政グループとの取り引きも30年近くとなり、各種販促物の企画、デザイン、イベント・式典運営、切手・はがき等新商品の開発など、幅広く展開しています。



齋藤 同世代ですね。私は1974年生まれの43歳。

原田 私もです。

北川 75年生まれだけど、早生まれなので同じ学年。

齋藤 社会人になって20年ですね。どんなお仕事をされてきましたか。

原田 入社以来、制作管理業務をしていました。当時はデザインというより、DTPが中心でした。徐々に営業と共にお客さんを訪問し、ご要望を聞きながらディレクション業務に移行していきました。

北川 主にメーカー向けの営業をしています。2000年に他の印刷会社から転職してきました。当時も制作部分から受注していましたが、今よりもマニュアルの印刷が多かったです。仕事量の増加に伴い、「マニュアル編集課」ができて、編集部分を強みに売上を伸ばしていきました。

「作る」
「届ける」
「つなぐ」

齋藤 印刷だけでなく、コンテンツ

ツの制作まで求められるようになった。その変化を目の当たりにされたんですね。

北川 そうです。

齋藤 私も、特にこの10年は大きな変化を感じました。私は会社員を経て10年前にライターになり、朝日新聞出版に入社しました。当時は週刊誌の記者をしていたのですが、雑誌不況を目の当たりにして、ひとつ感じたことがあったんです。

原田 どんな？

齋藤 コンテンツを「作る」と「届ける」ことが分離したんだ、と思っただけです。以前は、作れば本屋さんが並べてくれて読者に届いたけど、いまや本屋に並ぶかすらわからない。いいものを作っても読んでもらえるとは限らない、と痛感しました。

原田 私も「作る」側にいますが、昔は「ミスなく」「早く」が次の仕事につながったのに、いまはそれだけでは厳しい。営業と一緒にお客様の要望に応えるプランナーのような役割が必要です。

コンテンツを「作る」立場と「出力して届ける」役割。いずれも大きな変化のなかにある2社・3人が、今後の仕事のあり方について考えました。

への挑戦

株式会社朝日新聞出版 カスタム出版部
クリエイティブディレクター
齋藤 麻紀子

齋藤 提案営業ってことですか。随分前から必要とは言われていますが、営業の北川さんもそう思われますか？

北川 うーん、僕は営業の立場ですが、少し前まで提案営業はムダだと思っていたんです。

提案営業はムダなのか?!

齋藤 え？

北川 だって、提案営業って時間かかるじゃないですか。

齋藤 いや、そうですが……。

北川 そもそも、提案するにはお客さんとの何気ない会話が必要じゃないですか。でも最近はみんな忙しいから、「お邪魔したい」と言っても「何しに来るの？」ってなる。無駄話ができないから、提案のきっかけが掴めないんです。

齋藤 なるほど。いま私は「カスタム出版部」という部門で、企業や大学の情報発信をお手伝いしています。当然、提案型の営業が必要なので時間もかけていたのですが……うーん「ムダ」とは思わな

いようにしてたかも。

北川 それはクリエイターの発想ですよ。営業は効率を考えますからね。実際、私のチームでも、提案型でない案件の方が利益率が高いなんてこともあるんです。

齋藤 そうなんですか。

北川 データをいただき、印刷をする。必要とあらば増刷がかかる。その方が効率的なんです。だから「提案IIムダ」だと思ったのですが、今は違います。印刷の仕様が決まった後で声がかかって、価格競争になる。だからやっぱり、当社からの投げかけは重要なんです。

ものづくりの原点を

感じて欲しい

原田 提案営業もさることながら、最近は制作側からの発信もしたいと思っています。受注産業では、お客さんの要望に答えられないとシャットアウトですが、一方でデザイナーが持つアイデアや創造性も大切にしたい。例えば、当社のデザイナーのアイデアで商品を作ったら、それを見たお客さんから逆に要望をいただけるかもしれない。受注仕事とは逆のパターンですね。

新領域

コラボ企画
座談会

朝日新聞出版
×
日経印刷

制作本部 制作部 部長
原田 大作

第一営業部 第1課 課長
北川 宏



北川 じゃあ、仕事が取れなくても、僕のせいじゃないよね?!(笑)

齋藤 でも、自分たちで形にしたものが受け入れられなかったら悲しいでしょうね……。雑誌を作っていたとき、ゼロから形を作る喜びも味わいましたが、自分の企画がウケなかったときは虚しかったですもん(笑)

原田 確かにそんなこともありそうですね。でも当社の社長もよく言うのですが、デザイナーたちには「ものづくりの原点」を感じて欲しい。受注産業だから営業マインドは大事だけど、「お客さんに受け入れられなかったからダメ」とも思わない。ものづくりのマインドも同時に大切にしたいんです。

齋藤 なるほど。

原田 儲けることは絶対必要。でも、遊び心も必要だと思うんです。これまで当社は、お客さんのオーダーに必死に伝えてきたけど、遊び心は足りなかった。これからは、「儲ける」だけでなく、面白い仕事が増えるのが理想ですね。例えば朝日さんがやっている、地域振興のお仕事とか。

齋藤 ある地域で、地域メディアの作り方を教えるワークショップをしています。

原田 それ、純粹に面白そうだなと思ったんですよ。「この仕事をお願いします」と言われるのも嬉しいけど、「一緒に何かをやろう」となるのがいい。

行動を起こせば 仲間は増える

齋藤 どうやってたら、面白い仕事が増えますかね?

北川 「変えよう」と思うことじゃないですか。本気で何かを変えようと思わないと、何も変わらない。でも変わろうと思うと、力になってくれる人は増えると思います。



齋藤 北川さんは、ご自身で「CSR報告書」の勉強会を立ち上げたんですよ。

北川 はい。マニュアルを印刷する会社が減って、企業のCSRレポートのお仕事をいただくようになって。でも作り方は様々なので、有識者を呼んでセミナーを始めました。

齋藤 手応えは?

北川 行動を起こせば、助けてくれる人、興味を持ってくれる人が集まるとわかりました。





原田 これまでやってきたことを否定する必要はないんだと思います。例えば当社は、印刷をコア技術にし、いわゆる「ページもの」※と言われる制作物を作ってきました。その仕事は大きな柱のまま、ワクワク感が加わればいい。当社の1階にはラボがありますが、そこにデザイナーがいて、商品開発にチャレンジしたっていいと思う。

北川 そんなこと考えてたんだ。ビックリ。

原田 ただし、マーケティング的な視点や世の中へのアンテナの張り方など、高いものを求められ、プレッシャーとワクワクの混在がすごいと思うけど(笑)

知らないことが多すぎる！

北川 話を聞いていて思ったのですが、僕には「知らない」世界が多すぎる。営業担当だけドボールペンを買ったことはないし、制作担当者の苦しみも知らない。

齋藤 いま、御社と連携することもあります。それは知らないことを知ることにつながるのでは？

北川 そうですね。あと当社としては、日本創発グループに入ったことが大きい。グループには出力メディアのプロが数多くいます。いまは知らない世界ばかりだけど、連携することで、できることも増えそうです。

原田 手っ取り早いのは人材交流ですね。先日、輪転印刷を中心に行う会社を訪問したのですが、子ども用の鍵盤付き絵本なども作っていたんです。特許も取得されているようで、さらに社長は「アイデアがあれば教えて欲しい」と聞いてました。正直ビックリしました。

齋藤 人材交流なんて、すごく地味なやり方に見えるんですが(笑)

北川 相手に会い、知ることが第一。会社案内をもらっても、正直「ふーん」で終わるけど、飲みに行けば相手が分かる。

齋藤 これまで、私たちは仕事を通じて専門性を深めてきたけど、そのぶん知らない世界も増えてしまった。つまり、お客さんにとっては頼りない存在になってしまったのかもしれない。

北川 知らない世界を怖がり続けていてもしょうがないですよ。

齋藤 ええ、そうですね。例えば当社は、コンテンツを「届ける」より「作る」方が得意。でも「届ける」手法を知らないと、作り方も通り一辺倒になってしまいます。1社でできることも限られているので、これからは他社の手も借りて、面として勝負せねばと思っています。

北川 私たちは、日本創発グループに入ることで「人の想いをカタチに」という当社のキャッチコピーが、より活かせるようになったと思います。これからもより、お役に立てたらと思います。頑張ります。

(※) 広告やそのデザインではなく、読みものなどの制作物を指す。



株式会社朝日新聞出版 カスタム出版部
クリエイティブディレクター
齋藤 麻紀子

Profile

会社員、フリーライターを経て、朝日新聞出版に入社。週刊誌「AERA」でビジネススキルや働き方の記事を執筆。現在は企業や大学の情報発信を支援するディレクター職。



N&A

継
Kei
Vol.5

私たちは、会社案内や各種報告書等の作成をお手伝いしながら、お客様の「企業としての価値向上」のお手伝いをして参りました。お客様とともに、パートナーとして私たちも向上していかなければなりません。そんな折、私たちは「日本創発グループとの経営統合」という新しいカタチとなり、一夜にして強力なパートナーを得、お客様の幅広いニーズに応える準備が出来ました。活かせるか否か、私たちが試される時です。シナジー効果を生み出し、飛躍する絶好のチャンスの到来です。そう考えると「ワクワク」してきませんか？ここは調子に乗って、新たな年を迎えようではありませんか。

さて今回の「継」は、朝日新聞出版様とのコラボ企画で作成しました。

日経印刷のNと朝日新聞出版様のA。M&Aの韻を踏んでN&A。(笑)

朝日新聞出版様は、「A E R A」をはじめとする雑誌や書籍、文庫等を出版しています。経済やビジネス、文化の今を取材し、ペンを持つて解り易く伝えること、そして、次に来るものを予測し、新しい企画を生み出しています。そんな伝えるプロ集団と日経印刷が手を取りました。お客様が「企業価値向上」のために作成する、I R、A R、C S R、P R誌など、お客様が発信する情報を紙に落とすことはもちろん、集められたデータを活かし、コンテンツを活かし、さらなる広がりを作り、お客様の目的達成をサポートしていきたいと思います。

日本創発グループの多くの技術力が身近にあります。これを追い風に、お客様のより良いパートナーとなるよう精進して参りましょう。

お客様の想いを叶える

グループの力で

セールスプロモーション

IR・AR・CSR・PR

プリント・オンデマンド

キャラクターグッズ

マーケティング

ノベルティ

企画 VR

印刷・製本・加工

プロジェクト・マッピング

宅配サービス パッケージ 3D

WEB デジタルコミュニケーション

PR サイン・ディスプレイ デザイン

文房具

ゲーム スクールアルバム

ステッカー・シール

コンサルティング デジタルサイネージ

クリエイティブ

3D プリンタ

スキャニング

編集 スマホアプリ

4 フィギュア

K

日経印刷は株式会社日本創発グループのグループ会社になりました