

INTERVIEW

2024年2月、丹青社は新たなグループ理念として「パーパス／私たちの存在意義」と「バリュー／私たちの価値観」を策定。その先にある創業100周年となる2046年に向けた未来ビジョンと共に発表しました。策定プロジェクトでは、代表取締役社長である小林をリーダーに多くの社員が参画。本ニュースレターでは、プロジェクトメンバーを代表して小林と2名の社員による鼎談をお届けします。

グループ理念



私たちの未来ビジョン2046

こころを動かす空間づくりの
プロフェッショナル集団であり
空間と自分自身の可能性を切り拓く
チャレンジ集団でもあり続ける



丹青社らしさをあらためて言語化し、
グループ一丸となって進んでいく。

山下 純 (写真左)

デザインセンター エクスペリエンススペースデザイン局 デジタルデザインユニット 1グループ グループ長/チーフクリエイティブディレクター
空間を訪れる人の「体験」に軸をおいたデザインを考える。リアル空間のデザインから、バーチャル空間のコミュニケーションデザインまで、多分野において求められる「体験」にデザインの力で解決策を提案、実現している。

小林 統 (写真中央)

代表取締役社長
専門店の商業空間づくりから始まり、エンターテインメント施設やイベントに関するプロジェクトマネジメントを担当。営業部門、営業企画部門の部門長を経て、IMC事業部事業部長、CS事業部事業部長などを歴任。2023年4月より現職。

東中川 華子 (写真右)

デザインセンター プランニング局 2部 部長
文化・プロモーション・エンターテインメント・商業など幅広い分野で経験を積む。ゲスト目線の体験ストーリーの構築やコンテンツづくりとともに、クライアント目線の事業性や運営面も見据えた企画を手掛ける。

01 改めて気づいた「人」という丹青社らしさ

小林 グループ理念、未来ビジョンの策定プロジェクトが始まったのは2022年の5月頃です。長期的な目線で、自分達が目指すゴールやそこに向かっていくための姿勢を言語化しようと考えました。最大の目的は、お客さまや株主、パートナー会社の方々などあらゆるステークホルダーに会社の「100周年に向けた未来ビジョン」や存在意義を発信し、共感してもらうこと。同時に、ステークホルダーであり、会社を支える社員一人ひとりが同じ目標に向かい、やりがいを持って働くための指針をつくることを強く意識して策定に取り掛かりました。

山下 丹青社は空間にまつわる多様な課題解決を手掛けているので、たとえば家族に「何をやっている会社」と一言で表現しにくい側面がありました。プロジェクトメンバーに誘われた時は、それを言語化するとてもいいチャンスだと思いましたね。

東中川 ディスプレイ業界は景気や社会情勢など、取り巻く環境に影響を受けやすい業界です。その中でもブレずに進んでいくための指針をつくるのはすごくいいことだと感じましたし、そこに参加できたのは本当にありがたかったです。

山下 プロジェクトを進めていく中で、あらためて丹青社は人を大切にする会社なんだということに気付かされました。プロジェクトには職種や年齢もさまざまな社員が参画しましたが、共通して人に関わる言葉がたくさん出てきたんです。

東中川 一人ひとり仕事に向き合う姿勢はさまざまですが、その中でも同じ価値観を共有できているという実感は持てましたね。

小林 私としては「やっぱりそうだったんだ」という認識が強かったです。これまでの歴史の中でも、根底には空間を訪れる人に喜びや感動を与えたい、仲間を尊敬し喜びを分かち合うなど「人を大切にする」という想いをずっと大切にしてきたと思いますし、そういう仲間が集まっていると思います。本プロジェクトを通して、再確認できました。

02 丹青社らしい言葉と未来に向かって変化するビジュアル

東中川 社員一人ひとりで「空間」という言葉の捉え方が違っていても新たな気づきでした。社内の視点だけに偏らないよう社外取締役の意見なども参考にしながら慎重に議論しました。

小林 2046年の環境分析やステークホルダーからの意見など、さまざまな要素を基に言葉を練り上げていきました。特に私の立場としては、社長として自分の言葉で語れるものになっているかという点を強く意識していましたね。

山下 全員の意見を取り入れてバランス良くまとめようとすると、どうしてもありきたりな言葉になりがちです。パーパスでは「丹青」に「いろどり」というルビを振っていますが、丹青社らしい言葉や表現にすることにはかなりこだわりました。

小林 人によって捉え方が異なることのないよう、カタカナや英語を極力使わず、日本語で表現することにプロジェクトメンバーが挑戦したことも、丹青社らしさを伝えようという意識を強く感じました。実際に策定した「バリュー」には社員の仕事観、姿勢が表現され、とても丹青社らしいものになったと思います。

山下 また今回、策定したパーパスを自分達でビジュアル化することにもチャレンジしました。全社員へのアンケートで「自分を表現する色」を二色選んでもらい、それをデジタルツールで自動生成されるビジュアルにしました。社員一人ひとりの個性を掛け合わせた丹青社のいろどりとして表現しています。また、今後新たに入社する社員の色によってその時々いろどりに変化していく、可変性のあるビジュアルにもなっています。

東中川 このアイデアを山下さんから聞いた時は、率直にとってもいいなと思いました。「丹青」には赤と青だけでなく、豊かな色彩という意味もあるので、社名にも通じるビジュアルになっています。



水のように形を変えるビジュアル。
丹青社のいろどりと共に今後も柔軟に変化していく。

03 理念を浸透させ、どんな未来にも立ち向かえる組織へ

東中川 完成した理念の社内向け発表会は参加率が非常に高く、前向きな声も多く聞くことができました。それはプロジェクトの発足段階から社員を巻き込むことを意識してきた結果だと思うので、そのスタンスはこれからも継続していかなければと強く感じました。

山下 不確実な時代の中で、丹青社に求められることも変わってくると思います。ただ、どんな未来であろうと、その時に良しとされていることを、常に最前線に立って実現していく。そんな会社であり続けたいと思っています。そのためにも、今回策定した「パーパス」「バリュー」「未来ビジョン」を社内に浸透させ、丹青社らしさを皆でつくっていったらと思います。

小林 これからが本当のスタートだと思っています。「パーパス」「バリュー」そして「未来ビジョン」にグループ全体が共感し、一人ひとりが行動の拠り所とできるよう、私が旗振り役となってさまざまなシーンで発信していくつもりです。そして、やがて自分が退いた後も、今の若手メンバーたちがこの言葉とともに不確実な時代に立ち向かっている。そんな姿を想像するとワクワクしますし、その力を持った言葉になっていると信じています。



TOPICS

直近で下記ニュースリリース・お知らせを配信しました

<ニュースリリース>

こちらから詳細を
ご覧いただけます

2024.02.01 配信

「丹青社グループ、グループ理念として新たに「パーパス」、「バリュー」を策定
～創業100周年に向け「私たちの未来ビジョン2046」も定め、グループのあり方を明示～」

丹青社は、新たに丹青社グループのグループ理念として「パーパス／私たちの存在意義」と「バリュー／私たちの価値観」を策定しました。また、1946年に渡辺正治が展示装飾業を創業して以降、100周年にあたる2046年に向け、「私たちの未来ビジョン2046」を定め、長期的に社会に必要とされる企業であり続けるための、当社のあり方を明確化しました。丹青社グループは今後も、多彩な個性を生かし、こころを動かす空間づくりに挑戦し続けてまいります。



<お知らせ>

2024.02.05 配信

「マテリアリティ(重要課題)の見直しを行いました」

丹青社は、「パーパス／私たちの存在意義」および「私たちの未来ビジョン2046」の策定に伴い、これらの内容を踏まえてマテリアリティ(重要課題)を見直しました。見直しにあたっては、最新の社会情勢も考慮し、「人」と、気候変動対応を含む「環境」を重視する考え方を反映しました。



■ 丹青社について

「こころを動かす空間づくりのプロフェッショナル」として、店舗などの商業空間、博物館などの文化空間、展示会などのイベント空間等、人が行き交うさまざまな社会交流空間づくりの課題解決をおこなっています。調査・企画から、デザイン・設計、制作・施工、デジタル技術を活かした空間演出や運営まで、空間づくりのプロセスを一貫してサポートしています。

社名 : 株式会社丹青社
所在地: 東京都港区港南1-2-70 品川シーズンテラス19F 〒108-8220(本社)
創業 : 1946年10月
資本金: 40億2,675万657円(2023年1月31日現在)
上場 : 東京証券取引所プライム市場(証券コード:9743/業種名:サービス業)
URL : <https://www.tanseisha.co.jp>

本ニュースレターに関するお問い合わせ・取材のご依頼

株式会社丹青社 広報室 担当:石綿、寺戸

Mail: pr-staff@tanseisha.co.jp Tel: 03-6455-8115

お問い合わせフォーム: <https://www.tanseisha.co.jp/contact/pr>