



New PR誌『FUN』 Fun = 楽しい
 広研印刷の企業理念は『LIVE PRINTING(生き活きた企業)』。生き活きと仕事をするには、楽しむことが不可欠です。日々、イキイキ楽しんでいる広研印刷を知って頂きたく、CI委員会では新たなPR誌、『FUN』を通じ

て情報発信してまいります。
 また、今年から弊社でオープンしたクリエイティブルーム『BABA-BASE』のコンセプトも『楽しいを創造する場所』になります。CI委員会では、この場所を利用した色々な企画を考えています。

楽しい企画を創造するには、まず自らが楽しくなければなりません。自らが楽しくなければ、お客様を楽しませることもできません。『楽しい』は価値であり、価値を生む原動力でもあります。『楽しい』から生まれる創造にご期待ください。

C I
Corporate Identity

FUN

no.1
Corporate Identity
2022

お客様へ

楽しいを創る場と
 お客様の企画を具現化する支援を提供

BABA-BASE では、場所、企画、運用、販促プロモーションのフォローなどが可能です。お気軽にご相談ください。

- ・小規模で企画をテストしてみたい…
- ・都内でちょっとテストしてみたい…
- ・自分一人ではできない…
- ・初期投資があまりかけられない…
- ・企画を具体化するのにあと一歩…

イベントやセミナー、サービスの販促企画をもって、スペースを必要とし「最初」の実行を考えている企業担当者様。そんな担当者様を BABA-BASE はバックアップします。

【実績・事例】

●キャンピングボディーケア × テトネット



●シューティングスポーツジム × UAB



●子供向けチームビルディングイベント × Hot Springs



●ラジコンセミナーイベント × OPKIX



【すべて無料です！】

スペース使用+設備・備品（230インチプロジェクター・暗幕・人工芝・Bluetoothスピーカー ×2・ランタン等間接照明・案内看板・パーティション・デスク・チェアなど）

※撮影スタジオとしてのご利用など、ご担当者様だけの利用の際に別途費用がかかる場合があります。詳しくはお問い合わせください。



楽しいを創造する サードプレイス

BABA-BASE

広研印刷の新館1階にある
 BABA-BASEのご紹介です。

BABA-BASEは『楽しいを創造する場所』として2022年から正式にオープンしました。広研印刷の社員だけでなく、お客様にも利用して頂きたく、様々な目的で活用できるスペースになっています。

天井が高いのも BABA-BASEの特徴です。開放的で自由な発想や新しいアイデアを話し合えるクリエイティブルームらしい空間。また BABA-BASEは様々なアイデアによって部屋の構成を簡単にえられるのも最大の特徴です。

【写真1】間接照明を自由に配置したラジコンサーキット。



【写真1】ランタンで夜の屋外空間を演出

【その他のサービス】

企画のご提案・イベント運営スタッフの派遣・SNS プロモーションの企画提案・LP サイト作成・EC サイト作成・AR 作成・スケジュール管理のお手伝い・問合せフォーム作成・プロジェクター用動画作成・看板作成・チラシ、DM、会員カード、ステッカー作成

※各制作物は別途見積りさせていただきます。

【写真2】縦3m×横5mの大スクリーンで迫力ある投影が可能です。イベントやセミナーでも一味違った演出ができます。操作が簡単な Bluetoothスピーカーを2台ご用意しているので、音の演出も自由自在です。

前川社長からのコメント

『なぜクリエイティブルームが必要なのか？』『柔軟な発想』『固定観念を捨てよ』『常識を疑え』など、発想の転換を促すキーワードはたくさんあります。ただ、考え方に「クセ」があったり、気持ちが追い詰められているときなどは、様々な角度から物事を眺めることができなくなりがちです。このような時、自分の状態を一步離れる

ことで、気持ちが軽くなり、新しい発想が浮かびやすくなります。また従業員は、顧客の新しいニーズを感じ取り、イノベーションを実現することができる唯一無二の存在です。今後の会社を支えるチカラの一つとしても、社員のクリエイティブな可能性に頼る必要があると感じています。この部屋の特徴としては、旧来の会議室とは全く違うので、あえて普段と違うことを試してみ、自分の考えやアイデアを自由に表現しチャレンジしてほしいと思います。

柔軟かつ自由に考えを出し合える空間や場所に様々な分野の人びとが寄り集まることで、素晴らしい驚きや最高の成果を得られると信じています。



【写真2】大スクリーンで迫力ある投影が可能



BABA-BASE ブランドイメージ

●お問い合わせ先 <https://cck7.co.jp/contact> 担当 河野



●今後CI委員会で取り扱っていく予定の4つの企画について

① CIミュージアム企画

- ・広報誌
- ・お役立ち冊子「トラブル回避Q&A」
- ・オリジナルキャラクター「ぶりとん君」の付箋や除菌シート

これらはCI委員会で企画制作したものです。これらの過去の担当委員に取材し、当時を振り返りながらお伝えしていく企画です。

②SDGs企画

広研印刷では、早くから環境マネジメントシステム(ISO14001)やグリーンプリンティング、FSC®／CoC認証などを取得し、地球にやさしいものづくりをしてきました。今後も業務を通じた環境問題への取り組みはもちろん、17の持続可能な開発目標(SDGs)についても考え、私たちらしい取り組みをしていきます。例えば、会社前の神田川遊歩道ゴミ拾いで東京湾へのゴミ流出防止やBABA-BASEを活用した企画など、SDGs活動を見える化して発信していきます。

③読み聞かせ企画

取引させていただいている出版社様にご協力いただき、子供向けの読み聞かせイベントを開催できないか企画中です。現在は新型コロナウイルス感染症により先が見えない状況のため、どのような形で開催できるのかを含めて検討中です。

④トラブル回避Q&A企画

DTP、製版、印刷、製本など、印刷物の各製作工程でのトラブルや疑問の解決方法の一例をかんたんに紹介していく企画です。過去に広研印刷で発行したトラブル回避Q&Aの改訂版として、今後不定期に更新していく予定です。当社ではノウハウを蓄積しながらトラブルが起きないようにデータの作成・修正作業を行っていますので、現場からの貴重な情報源としても活用していければと考えています。

みなさまに愛される広研印刷となれるよう委員会全員で取り組んでいきます。これからの発信をお楽しみにお待ちしております。

●CIミュージアム



CI委員会が過去に出してきた広研印刷の広報誌などを振り返りながら、お伝えしていく企画です。

広研印刷の広報誌の始まりは2009年の春。当時はA4フルカラー。ページ数、発行日も不定でした。表紙の画像が印刷に関する写真ではなく、印象的な季節の写真を使用しているのが興味深いです。

2009年春号では印刷機の導入を大々的に取り上げ詳しく説明。同年夏号では、早稲田大学の駅伝部のコーチの取材記事が5Pに渡って特集され、計8Pの気合の入った号でした。

●SDGs活動
身近なことからスタート



朝晩はまだまだ冷えますが、徐々に暖くなり気持ちの良い季節がやってきました。花粉症の人は大変な季節ですが、春はワクワクした気持ちになり新しいことを始めとなる季節です。

SDGs企画の一つとして、まずは身近に出来ることから!という事で、有言実行の意味合いも兼ねて宣言(ご報告)します。「広研印刷 CI委員会は会社周辺のゴミ拾いをやっていきます!!」高田馬場は飲食店も多く、タバコのポイ捨てや歩きながらの飲酒も少し多いエリアかなと感じています。会社前には神田川が流れ、ポイ捨てされたタバコが側溝から川に落ち、神田川から隅田川、そして東京湾へ流れ着く事になります。ペットボトルや缶も同様です。そんな話をキッカケに、会社前の神田川遊歩道のゴミ拾いが決定しました。1回目を実施した日は晴天で、実際にやってみると「意外と楽しいかも!」という印象です。「あれっ、ゴミが少ない??」と思ったのも束の間、草木の奥にペットボトルや缶が埋まっていたり、タバコの吸い殻、お菓子の空き袋など…活躍の場は多そうです。広研印刷の社員の多くは神田川遊歩道を通り通勤しています。遊歩道がきれいになると、歩きやすいし危険も減り安心して利用できますよね。今回のメンバーは小川さん、三枝さん、大原さん、Sさ



ん、カメラマンの河野さん、CI委員ではないけど参加してくれた鈴木さん、みんな楽しそうな雰囲気ですね!?!?今後はCI委員会の前に活動する予定です。記事を読まれた方は「ゴミ拾いやってる!?!」のお声掛けを



お願いします。初心を忘れずしっかり継続していきます!と言う事で、「ゴミ拾い宣言」のお知らせでした。 合澤



2010年は夏号から始まり、創立50周年の記念号として、表紙は社員全員が写ったアットホームなものでした。この号では、社員と社長の座談会が特集され、社内のことを発信しました。同年冬号では電子出版を詳しく取り上げ、未来へ目を向けた意欲を感じられました。

当時の担当者に、当時の広報誌についてインタビューしてみました。

Q.当時は取材など積極的に行っている印象を受けましたが、苦勞したことなどありますか？

A.どの方も何かしらのこだわりがあり、考え方や、生き様、話される言葉の端々に熱さを感じられて、感心しきりだったと記憶しています。

Q.特集する内容はどのように決めていたのでしょうか？

A.広研印刷の広報誌として、どんな方に、ど

んな内容を語っていただけると社内、社外の方が面白く思っ読んでもくれるかを考えていました。

Q.「高田馬場情報」ではお店の紹介も、紹介だけでなくお店の方に取材しているのが印象的でした。取材する場所などの情報収集は皆さんに情報提供してもらっていたのでしょうか？

A.ただの普段の飲み会の延長です。どれも普段から通っている店でしたので、情報提供は必要ありませんでした。

Q.「各部署の紹介」ではみなさんのコメントからかなり厳しい現場であることが伺えます。いまと比べると、当時の部署や会社の空気など、変わったと思うことはありますか？

A.あまり変わらないと思いますよ。NHKの「プロフェッショナル-仕事の流儀-」のイメージを醸し出したかっただけで、敢えて厳

しめな内容にしたという演出です！

Q.今後の広報誌、CI委員会に期待すること、伝えたいことなどはありますか？

A.広研印刷の若い方が情報を発信する何かをやってもらいたいですね。未曾有の世界になっています。経験や教訓を生かして当てはめるといったことができない時代とするならば… 年輩者ではなく、若者が切り開いていく力が見てみたい。広研印刷も若い方のエネルギーが大切だと思います。CIにも繋がると思います。がんばってください。回答してくれた営業の濱崎さんありがとうございます!年に2回のみの発行も納得の、こだわりを感じられた2009年創刊号～2010年冬号でした。

次回は2011年号～取り上げていきますので楽しみに！ 柴田



2009～2010年の広報誌「LIVE PRINTING」の表紙



2011年以降の発行物

