

6

June 2025
VOL.188

心と心をビビビと結ぶコミュニケーションのお手伝いペーパー

社名変更記念号

ishin-dēnshin

リブランディングのリアル。

カルチャーデッキ
「ミデコ文化憲章」発表！

Hello New ロゴ。

社名変更のタイムライン。

ミデコクリエイションズ
社内報ミデコの日々の取り組みを
知っていただくため、
社外にもお配りして
います。

みかわんこ▶



特集

ミデコクリエイションズ、発進！

「有限会社 水野印刷工芸」は 「株式会社 ミデコクリエイションズ」へ。

令和7年6月5日、「有限会社 水野印刷工芸」は

「株式会社 ミデコクリエイションズ」に組織変更いたしました。

事業領域における重点項目の改編・更新とともに、

これまで以上にお客様との「共創（co-creation/ コ・クリエイション）」に注力していくため、

クリエイション＝「創造」の旗を掲げてまいります。



社名変更についての経緯

2004年11月、現在の旭町に移転した際に、いつか皆が認めてくれるような会社になったらいいなと、ささやかな願望を持ち、MIDECOと言うドメインを掲げました。More Idea & Communication（もっとアイデア、もっとコミュニケーション）という意味です。当時是一日中、チラシを刷りまくるという毎日でした。受注形態は請負のスタイルで、顧客からの要請があって初めて受注に至るのです。言い換えれば要請がなければ仕事は無いという状態でした。しかも、努力して受注量が増えてくると、時には他社の見積書を傍に値下げ要請をされることもありました。また、営業の際には他社より安ければ検討しますと言われることも。それらのことに常々違和感を覚えていました。

まず社内ですることは何だろうと考え、弊社では取引先様に一方的な値引き要請は一切しないと決めました。仕入れは取引先様にとっての売上げであり、利益の源泉なのです。値引きはそれを搾取する行為だと結論からでした。それでは我々の利益の源泉は何なのか？仕入を値引き要請しないとすると、仕入れの工夫をする、売価を上げる、量を増やす、固定費を下げる等々の方向性がありますが、自分自身の不勉強のため、なかなか打つ手が見つかりませんでした。

装置産業のジレンマ

印刷業は装置産業で、設備の稼働率が上がれば利益も上がるという業態で、刷るという仕事は如何にかき集めるかというのが営業の肝であります。しかしながら、ネット、スマホの普及、そして世間の文字離れによる新聞購読率の低下を代表するように紙媒体からの離脱という時代に突入しています。印刷需要は下がる、それに伴う競争激化で受注単価も下がる、人件費は上がる、設備の償却費は下がるが修理費は年々上がる。しかも設備には千万単位という投資額がかかり、導入した瞬間から価値が下がっていくのが設備の性質なのです。果たしてこの様な状況の中で次の設備投資で利益貢献に有効なのか？

顧客が求めるものとは

印刷は人にモノコトを伝える一つの手段に過ぎません。その上のフェーズは“知ってもらう”“伝える”です。さらにその上には多くの課題が存在しています。課題は多岐にわたりますのでここでは割愛しますが、要するに顧客が求めているのは【課題解決】にほかなりません。

2014年頃から、素人ながらも試行錯誤し、企画してはやり直し、勉強し、HPやキャンペーン等の提案を行ってきましたが、経営に大きなインパクトをもたらすような成果はありませんでしたが光が見えると感じました。

そして決意

前にも述べましたが、このまま装置産業として設備の投資を行うか、撤退するかの問題です。印刷会社が印刷機を無くすということは、祖父の代から今まで祖業としていたものを捨てるということになる。しかも刷ることで発生する工賃がなくなり経営は大丈夫だろうか？当時50歳の私はこの問題を先延ばしにするとチャンスを失うのではないかと等々相当悩むことになりました。

結論は印刷機を全廃し、顧客や地域社会の課題に寄り添うべく企画推進できる会社を目指すことです。我々には印刷を通じて培った、デザイン思考による技術があります。もちろん印刷に関わる仕事は継続します。社内で刷ることをやめるのです。そして社員の時間や能力を集中することにしました。

2017年1月に印刷機械と付随する設備を全廃しました。当時「新しいチャレンジが花を咲かせるか、会社が無くなるかどっちかしかない」と全社員に決意を口にしたことが思い出されます。

コロナ禍中で流れが変わった

2019年のコロナ禍は緊急事態宣言、人との交流が遮断される事態で、弊社としてもあるべき仕事がほとんど無くなり崖っぷちの経営状況でした。しかし、コロナ融資や世の中が止まっている時に補助金を利用して積極的にアフターコロナの準備を行うお客様、そして必死に努力してくれた社員のおかげで2021年には窮地を脱し、“新しいチャレンジが花を咲かせるか、会社が無くなるか”のラインがクロスした年になったことを強く記憶しています。それ以来、順調に利益推移しております。

いよいよ社名変更へ

私が社名変更する条件は①入り口が印刷ではない受注比率が7割②財務状況（全取引金融機関様の評価）③顧客の弊社に対するイメージ（印刷ではないよね）でありました。2023年にはクリアされたと実感でき、2024年にいよいよその準備を始めました。最初にMIDECOのドメインを掲げた2004年から、なんと20年が経過してしまいました。敏腕経営者ならとっくの昔に実行できたと思いますが、私自身も未だ勉強の身で、経営についてはいろいろ経験しながらでしたのでこれくらいかかって当然だったのかなと思っています。

とはいえ、ここは通過点です。まだまだ不安要素や課題は尽きませんが、リスク&セーフティの精神で邁進したいと思います。



(株)ミデコクリエイションズ
代表取締役

水野 順也

沿革	
1955	蒲郡市西浦町にて「水野印刷所」創業。
1984	水野雄二が代表取締役に就任 「有限会社 水野印刷工芸」へ会社組織変更
1988	水野順也（現代表取締役）入社
1989	マッキントッシュDTP導入
2005	蒲郡市旭町に社屋移転
2007	浅井英行氏より有限会社蒲郡新聞社を引き継ぐ
2008	水野順也が代表取締役に就任
2009	社内報「ishin-denshin」（本紙）創刊
2013	社内サーバー導入
2016	印刷を伴わない業務が売上の5割を超える
2025	「株式会社ミデコクリエイションズ」に改組



業務のカバー領域は変えず、重点項目を見直し。
お客様により求められるサービス提供を実現します。

ミデコ文化憲章

～シン・カルチャーデッキ策定～

私たちミデコが企画制作に事業の重点を置くようになって
早や十数年が経ちました。

その間に社内に生まれたさまざまなカルチャーについてこのたび、
企業理念を含めてあらためて言語化するとともに体系化。

チームとしてより結束し向上し続けるため、

また、世の中により良いサービスを提供していくための

指針を示すものにできれば、という思いを込めました。

【パーパス（存在意義）】

ゴキゲンを増やす。

私たちミデコのビジネスのすべての起点かつ原点となるのが、このパーパス＝存在意義です。
私たちの関わるさまざまな業務において、クライアントも、その先にいるお客様や従業員の方々も、
そしてもちろん私たち自身も、皆がそれぞれゴキゲンになれるような仕事を。
大小問わず世の中にゴキゲンを増やすために、私たちミデコクリエイションズは存在します。

【フィロソフィー（企業理念）】

ひとと、ともに、幸せに。

弊社代表が社長就任当初から大切にきて、
すでに全従業員に浸透している思想。
カルチャーデッキ策定にあたり、あらためて
フィロソフィー（哲学）として位置付けました。



【タグライン（キャッチフレーズ）】
ゴキゲンを増やそう。

私たちが主に携わる広告クリエイティブは、私
たちにとって、多くはクライアントの伴走者と
なって「共創」させていただくもの。
共創のパートナーとして私たちをお選びいただ
けるように、共感性を大切に、新しく作ったパー
パスを呼びかけの言葉に変えて、タグライン
（キャッチフレーズ）としました。

【ミッション（経営理念）】

ここに響くしごと。

過去に作った理念本から大切にしている
ミッション（＝使命）はそのままに。
一つひとつの案件に向かい合うとき、全スタッフが
これからもずっと胸に刻んでいく言葉になります。

【バリューズ】

<価値観>

事業・製品の開発方針

また、社員の行動指針

想定外の感動

期待値を超える提案こそが心に響くもの、と私
たちは考えます。その実現のために、私たちは
仮説や問いをきめこまかく立てることで課題の
本質をつかみ、クライアントの想定を超える提
案を目指します。

互恵的な交流

私たちが提供するものは「満足」という心価（心
が受け取る価値）です。礼儀と感謝をつくし相手
が話しやすい雰囲気を作るとともに、ビジネス
パートナーとして信頼しあえる関係を築きます。

継続的に実践

地道なルーティーンをこなしてこそ仕事のクオ
リティは担保されると考えます。クリエイティ
ブのスキルアップや学習努力はもちろん、ビジ
ネスマンとしての実務的なワークフローを日々
確実に実践します。

【事業領域】

<ここに響くコミュニケーション> のデザイン。

- 1) CI コンセプトメイク プレーンワーク
- 2) VI ロゴ ネーミング
- 3) WEB サイトおよび WEB コンテンツの企画制作
- 4) プロモーションツール企画制作と運用サポート
- 5) 動画コンテンツ企画制作
- 6) SNS・EC サイト等の企画と運用サポート
- 7) イラスト・グラフィック・印刷物の企画制作



文化憲章で

（カルチャーデッキ）

自社の「文化」を明文化。

社名変更と自社サイトのリニューアルを機にこれまでミデコが大
事にしてきた思想、理念を体系化するなかで、これまではなかつ
たけれどもあったほうがいいのではないかと、新たに策定した
のが<パーパス>でした。

「存在意義」と訳されることが多いパーパスですが、ミデコとして、
世の中の「どのような期待に応えたいか」を突き詰めたて考えて
言語化されたのが「ゴキゲンを増やす。」の一文でした。

今回フィロソフィーに据えた「ひとと、ともに、幸せに。」でも、ミッ
ションである「ここに響くしごと。」の動機には十分なり得まし
たが、「ゴキゲンを増やす。」をパーパスとして定義したとき、そ
の言葉が多くのスタッフの心に抵抗なくおさまリ、同時にミッシ
ョンの原動力としてより強力になる感がありました。

明文化（言語化）は、不明瞭だったものをくっきりと見える化し、
その共有を容易にします。

事業領域についてもカテゴライズを見直し、優先順位をつけ直し
たことで、より事業の全体像がわかりやすく、また、伝わりやす
くなったと考えています。

おさらいカタカナ経営用語

多くの場合、新しい概念をあらわす言葉がない
時に新しい言葉が生まれます。覚えるのは面倒
に思わなくもないけど、一つ学べば一つ賢く
なった気になれるのが言葉のいいところ。
ちょっとここでやさしくしてみませんか？

今月のにわか編集長 牧原 恵



カルチャーデッキ（≒文化憲章）

企業理念体系にほぼ同等。ただし、企業理念体系
が組織の意志統一など社内的運用を主目的とする
のに対し、企業の文化形成指針や事業運営の方向
性を「社内外全ステークホルダーに示す」ことを
主目的とする点でやや異なる。主にブランディ
ングの一環として策定されることが多い。

パーパス

経営用語として使われるパーパスは、企業の「存
在意義」や「事業の目的」などを指す。「パーパ
ス経営」は経営方針などにこれを反映させること。
近年は企業理念としてパーパスとバリューズだけ
を策定するケースが増加。理由はビジョンなどに
比較し抽象化されており古びにくいせいで考えら
れる。

フィロソフィー

哲学。企業経営においては行動指針や意思決定の
基盤、あるいはビジネスにおける価値観や信念、
原則をあらわす。ミッション / ビジョン等とは別
に、大切にしたい思想など並列にしたいことがあ
るときに体系に記載されることが多く、企業理念
の項目として必ずしも必要、というものではない。

ミッション / ビジョン

ミッション＝使命、ビジョン＝思い描く将来像。
「ビジョンがあって、それを実現するためのミッ
ション」という場合と、「ミッションがあってそ
の具体化としてのビジョン」という場合があり、
どちらも採用しうる。中期（5年）計画と連動す
ることが多く、定期、あるいは体制変更に伴い見
直される。

タグライン

大まかに言えばキャッチフレーズだが、ブランド
メッセージやスローガ的な意味合いを持つこと
が多い。本来は、その言葉を聞いてブランド名が
想起されるようになってはじめて「タグライン（≒
ラベルの一文）」と言える。有名なのはナイキの
「Just do it.」（元々はスローガン）など。

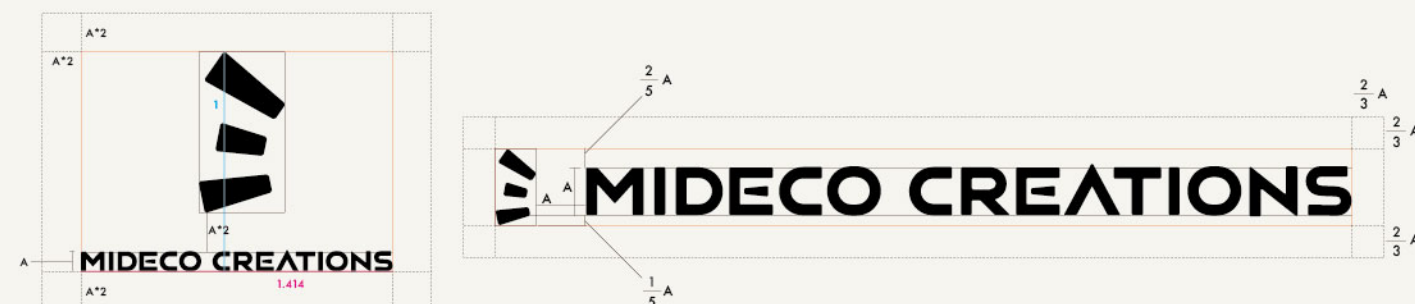
新ロゴアイコン/ ロゴタイプ

株式会社ミデコクリエイションズの新しいロゴアイコンと
ロゴタイプをここにご紹介します。

意識したのは「ゴキゲンを増やそう。」のタグライン。

<ゴキゲン感>を「シンプル」に「らしく」

あらわすことを目指しデザインしました。



ミデコの「ミ」が、変シン！

社名変更に伴ってロゴも一新することになり、まずはあらためて自社のイメージをあらわすキーワードをスタッフ全員でピックアップするところから始まりました。

それら抽出したイメージワードに加え、新しいタグライン「ゴキゲンを増やそう。」に似合うフォルムを模索・検証する、というのがその次の段階。ところが、当初はミッションのイメージに引っ張られたり、個人の好みで意見が割れたりと右往左往。そんなある日、スタッフの一人に、ミデコの「ミ」を誰にとっても馴染み深いマンガ表現にするアイデアが降臨。

そこにデザイン担当のひらめきの（数学的？）設計思想が加わり、試行錯誤の末、ついに新しいロゴアイコンが創出されました。

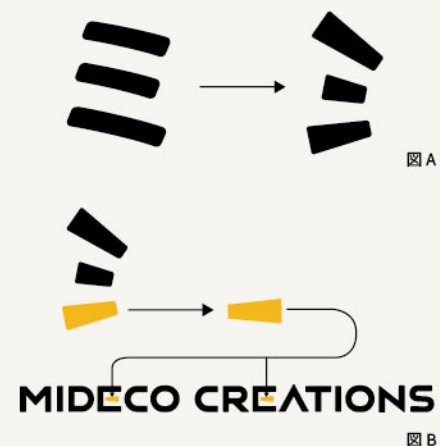
気づきや小さな驚き、喜び、賑わい、発信や発言などをあらわすときに使われる、放射状に広がる三本の効果線。

この意匠は、ミデコが業務を通じて創り出したいと考える大小の「ゴキゲン」を現すとともに、私たちが、お客様とともに常にかくさんの「気づき」や「発見」を得ながら発信や発言をし、喜びに満ちて仕事をしていきたい、という思いを現しています。

私たちはこの三本の線でできたアイコンを「ミ印」と呼んで、ミデコスピリッツの象徴とすることにしました。（図A）

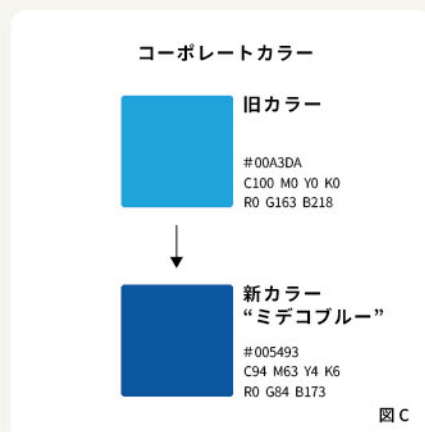
ロゴアイコンのパーツをリフレイン

つぎはロゴタイプのデザインでしたが、これは、作ったフォントの一部に、ミ印からパーツにそれぞれ差し替えてリフレインすることにしました。（図B）ロゴタイプ（文字のみでできたロゴ）とは別のロゴアイコン（ロゴマーク）は、実は広告制作会社などでは保有していないところが多いことに、皆様はお気づきでしたでしょうか？
というのは製造業などと違い、何かを量産し自社のマークをつけるというようなことはまずなく、使い道があまりない、という背景があるから。がしかし、私たちは製造業から流通、サービスまで幅広い業種の方をクライアントとしています。そこでそれに倣い、このたびはロゴアイコンをはじめて作り、運用してみることにしました。



深みを増した新コーポレートカラー

新たなコーポレートカラーは、これまでと少し変えつつも変えすぎないように、青系から選択しました。実際のところ広告制作会社などでは、コーポレートカラーをあえて設定せずロゴなど黒で通している企業が多いです。メーカーと違いパッケージ等で識別するような必然がないのかもしれませんが、モノトーンのほうがデザインが決まりやすい、またシャープで制作系らしい、印刷が安い、あるいは何色でも作れて自由度が高い、という面もあるからです。でも、私たちミデコは黒というイメージでもないし、一風変わった制作会社でいいのではないか。そのような考えの共有を経て、深みを増しつつも爽やかさや柔らかさを損なわない、進化した「青」を「ミデコブルー」と決めました。（図C）



新WEBサイト

リアル&アクティブを目指して。
ほぼ全ページCMSの動的サイト

できるだけ多くのページで情報を最新に保てるように考えた結果、固定ページをごく一部とし、ほとんどのページでCMSを採用、さらに「全スタッフが」それぞれ更新を担当することで合意しました。

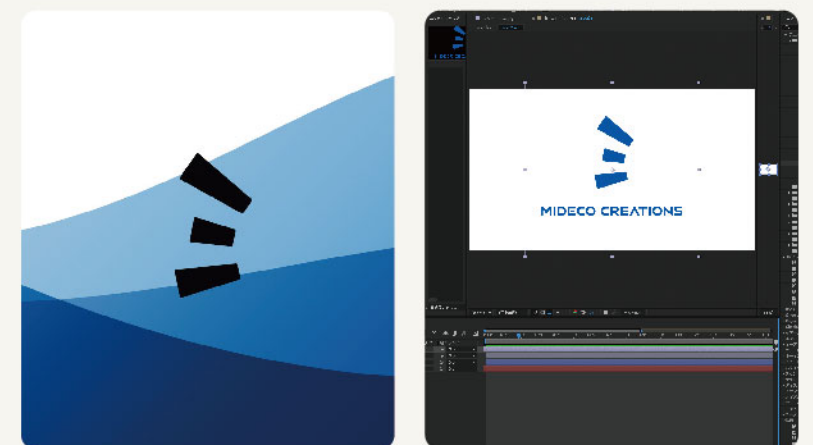
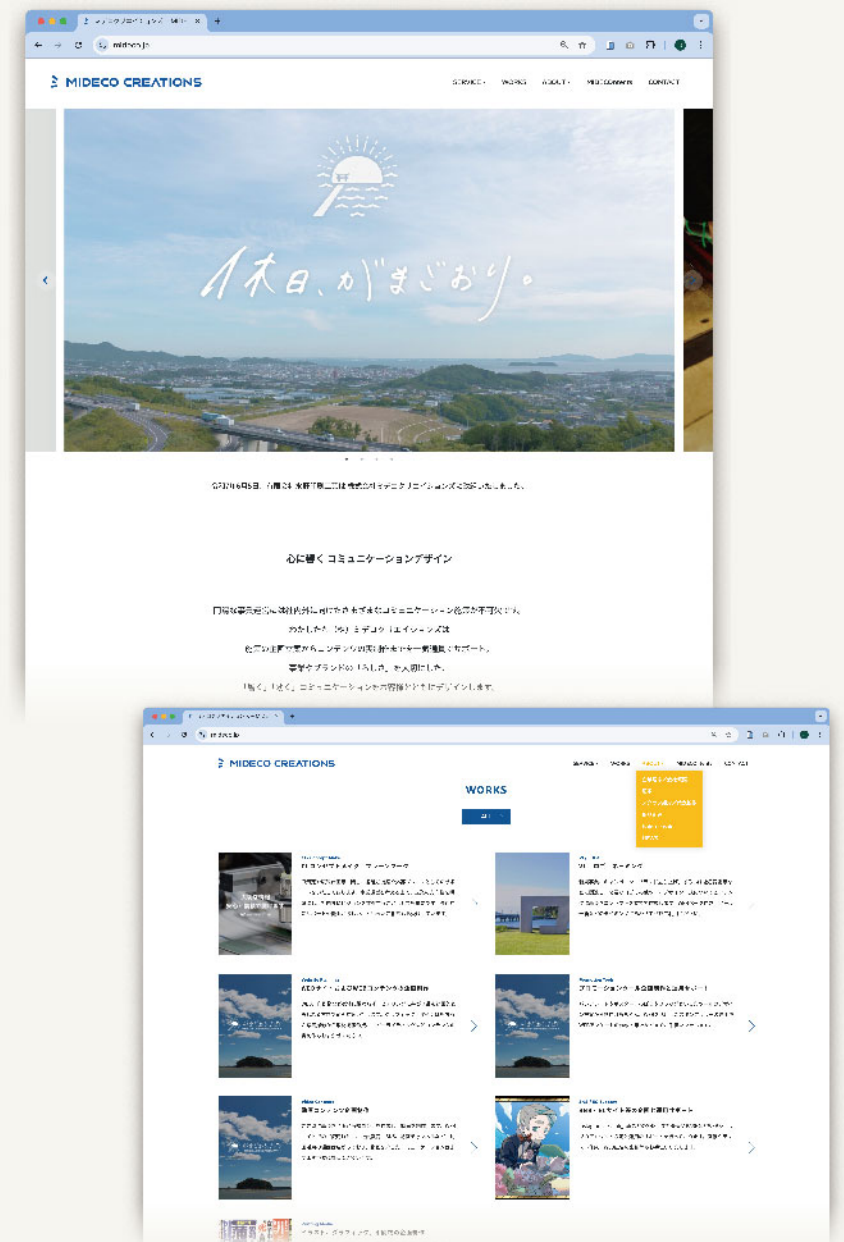
Ishin-denshin 人気コーナーあれやこれやのアーカイブや全スタッフによる手描き自画像（各の画伯ぶりをお楽しみください）など、弊社らしいコンテンツも盛りだくさんに。もちろんミデコの「ポートフォリオ（作例集）」としても、かなり充実したものになりました。

「らしさ」をすみずみまで。
デザインシステムの導入

サイトデザインを考えるにあたって、ヴィジュアルアイデンティティにブレが出ないように、今回はじめてカラーパレット、並びにフォントセットを用意することにしました。自社サイト以外では、フォーマルな場面での自社広報物に使用します。というわけで、通常の ishin-denshin はスタッフ全員の実験場でもありデザインのルールや制限はとくに設けていないのですが、今号は特別号であることもあり、あえてそのパレットとルールに則ってデザインしてみました。サイトと見比べていただいて、デザインやフォントの統一感などご確認いただけたら幸いです。

ロゴのなりたちをわかりやすく。
モーションアニメを自社制作

ロゴアイコンやロゴタイプの成り立ちについて、自社サイト上ではアニメーションでお伝えすることにしました。紙面上では左記のように説明的になりがちなのが、アニメーションでは一目瞭然です。サイトトップのローディングアニメに社内制作のモーションアニメをセットしています。よろしければぜひご覧くださいませ（紙面右下QRコードでサイトに飛ぶと最初に出ますのでぜひ）。



新WEBサイトを
ご覧ください！

新ロゴ制作、先の新カルチャーデッキ策定についてなど、より詳しいストーリーを新しくなったミデコオフィシャルサイトに掲載しています。よろしかったらぜひご一読いただけると幸いです。



ミデコラム 〈特別編〉

～社名変更にかけて～

社歴も得意分野もプライベートの趣味嗜好もバラバラ、
のミデコメンバー（でも仲はいいと思います）。
今号のミデコラムでは通常と変えて、各人に
今回の社名変更之际して感じたこと、
考えたことなどを自由にコラムに綴ってもらいました。
（ほぼ社歴順）



今日もゴキゲン！

水野 浩子



ミデコクリエイションズ。もうすぐこの名
で社名を名乗ることになる……。

今まで一緒に仕事をしてきた水野印刷工
芸。この名前の「印刷」に込められた世間の
印象と現在の仕事内容とのギャップに社長が
数年前から社名変更を実現させたいと言っ
ていた言葉がやっと現実になるのである。

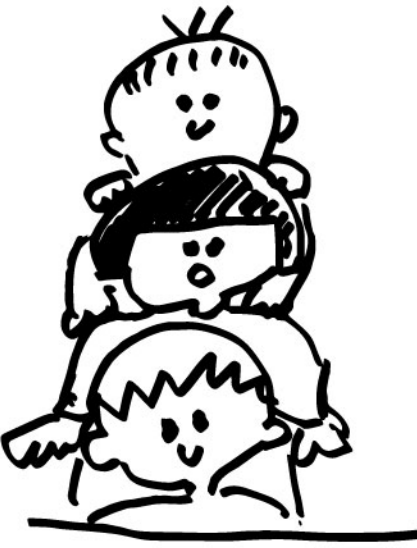
三十年以上前の話。水野印刷工芸で働く30
代前半、子供二人既婚の女。主な仕事は、写
植機という機械で「ガチャン、ガチャン」と
ガラスの文字板（ガラスの文字板は明朝・ゴ
シック・ナール等々あった）にある文字を探
しながら印画紙に文字を入力。一通り打ち終
わるとそれを暗室に入って現像、打ち間違え
があったときには泣く泣くその文字だけ打ち、
また現像し、前回の印画紙に間違えた部
分だけ貼って直す。女は、今現在もそうだが
超がつくほどぶきっちょなので間違えた文字
の上に正しい文字を貼ることが苦手であっ
た。（崎の文字が崎の場合文字盤にないの
で、漢字の部分部分を貼り合わせて作って
いた。めんどくさー）そして出来上がった版下
を製版の外注業者に持っていきフィルムに、
そして……。

まだまだまだまだ続く、平成半ばまでの印
刷の工程。今のPCによるデータ作成の時代
がくるなんて知らずに、女は子供二人とト
ーテムポールになりながら毎日写植機を打ち
続けていたのである。（※トーテムポールと
は、子供を背負いながら写植機を打っている
と子供が帯紐から抜け出し女の肩に乗って
くる光景。今は、ほとんど見かけなくなった平

成初期の光景）。そう、毎日毎日女は写植機
を打ち続けていた。仕事がただの作業の時
代。お客様に言われたことをただこなすだけ
の時代だった。

そして、現在。仕事は変わった。社名もミ
デコクリエイションズに。社名・ロゴ・経営
理念など社員みんなで時間を掛けて、みんな
の総意で作り上げた。今までもお客様の心に
響かせようを理念に仕事をしてきたが今後も
より一層、経営理念のもと、お客様の心に響
くように会社をクリエイティブしていく。

女は、60代。既婚。孫二人。ミデコクリ
エーションズで働く。
今日もゴキゲンで仕事をしている。



トーテムポールの図

ビビビッじゃないけど

水野 ゆき



アタチ、ゆき。2022年6月に生まれたの。
アタチの名前は、ママが絶対この名前がい
いということで「ゆき」に決まったの。毛並
みが白だからあ〜、雪みたいだからあ〜。そ
んな単純なことじゃなくてママの頭にビビ
ビッと何かが落ちて決まったの。ビビビッ
て大切にゃあ〜い。

アタチが看板犬（たにに吠えすぎちゃって
ごめんなさい）として勤める水野印刷工芸は
6月5日から社名変更したのよ。社名は、株
式会社ミデコクリエイションズ。新しい社名
は、ビビビッで決まったわけではなくて、会
社のみーんなで長い時間かけて決めていた
の。アタチは、参加させてもらえなかったけ
どみんなの話し合う声が聞こえていたわ。

そんな社員みんなで作り出した、株式会社ミ
デコクリエイションズ。私の口からはうまく発
音できないけど、いい社名だと思わない？こ
の社名のもと、今まで以上に素敵な会社にな
ると思うわ。

アタチも看板犬としての使命を認識し、無
駄吠えをしないようにしようと思ってるので
よろしくね。

（でも市役所の時刻のサイレンにはウォーン
と雄叫びをあげちゃうの。それは許してね）



生まれたばかりのアタチ

向き不向きより前向き

大河内 和幸



西浦町に社屋があった頃から現存する唯一
の社員となり、早いものでまもなく入社24
年が経とうとしている。西浦時代はとにかく
印刷機を動かすことが主な業務で、折込チ
ラシをはじめ、ポスター、パンフレット、伝票
から名刺に至るまで2台のオフセット印刷機
を明けても暮れても動かし続けていた。自分
も時に得意先様へ打ち合わせに行ったり、仕
入先さんと交渉したり。パソコンでチラシの
制作をしているかと思えば、印刷用の刷版を
面付して出力したり、実際に印刷オペレー
ターとして印刷機を動かしたり、刷り上がつ
た印刷物を断裁したり、新聞店や得意先に搬
入したり納品したりと印刷物の入稿から納品
までほぼすべての印刷業務に関して一通り経
験することができた。カッコつけた言い方を
するなら「印刷物のオールラウンダー」とし
ての基礎を西浦時代に経験できたことは、今
となっては大きな財産となっている。ただ、
つくづく思うことは印刷用インキの取り扱い
をはじめ、印刷機の作動法やメンテナンスに
ついては不器用で不向きだということを再認
識した時代でもあった。

変わり続けること、 学び続けること

山本 兼佑



入社から16年ほどが経ちました。出来る
ことの領域が増えてくることで、提案内容や
表現方法の幅も広がり、印刷会社としての枠
組みを超えたご依頼もいただけるようになって
きたと感じております。案件を通し、時節
ごとに求められる成果の変化なども感じ、自
身の思考・行動も変わり続ける必要性を痛感
してきました。

振り返れば入社後からすでに社内には業態
変革の空気があり、社名変更が常にテーマの
一つとしてあったと思います。この2025年6
月、ついに社名変更という大きな転換期を迎
えられることを嬉しく思い、新たな出発点と
して、培ってきた思考や常識を一旦クリアに
して初心に戻りたいと思います。

昨年、撮影機材の新規導入もあって、“撮
り方”、“編集の仕方”について学び直す機会
がありました。知ったつもりになっていたこ

西浦時代は印刷業務に明け暮れる毎日では
あったが、遊びも半端なく楽しんでた。一
日の仕事が終われば速攻でパチンコ店に足を
運び、閉店まで台に向き合い、深夜0時過ぎ
まで開いている飲食店で超遅めの晩ごはんを
食べてから帰路につく。午前様になることも
多かったが、翌朝には真面目に出社する。朝
から晩まで仕事に遊びに忙しい日々であっ
たが、とにかく毎日が充実していた。そんな
わけで会社的にもかなり調子よかったよう
で、当時の税理士さんに「こんなに利益が出
た会社をここ最近見たことない！」と言われ
たと社長から聞いたときは驚きとともに誇ら
しく思ったものだ。そして会社として1つ目
の大きな転機となる新社屋移転が2005年に
いよいよ実現する。

市役所すぐ向かいにある現在地に移転する
ことを正式に聞いたとき、一番の利点は立地
の良さと社屋の広さだと直感した。工場内
にはオフセット印刷機を余裕で2台並べること
ができ、2階の制作スペースからその稼働状
況を眼下に見られる社内環境は見学に来た同
業者さんから絶賛されたものだ。蒲郡駅から
徒歩10分圏内という地理的メリットや駐車
スペースも増えて、この頃から来客はもちろ
ん、入社を希望する人材のレベルも格段に変
化してきたことは新社屋移転の相乗効果とも
思っている。移転した当初は仕事量的にも変

化は無かったように記憶しているが、急激な
人材採用なども重なり徐々に仕事量とのバラ
ンスが崩れていった。そして個人的な転機は
2011年、当時の営業担当者が急きょ退職す
ることになり、配置転換で営業として引き継
ぎをしたこと、さらに2012年に自分が主に
動かしていたオフセット2色印刷機を手放し
たことが大きい。徐々に自分自身が作業する
ことからいかに受注するかということであっ
たり、その打ち合わせや管理・指示する立場
へと変わっていき、長年弊社の稼ぎ頭であっ
たオフセット4色印刷機を手放した2017年か
らは、ほぼ作業的なことは社内スタッフや外
注先さんに依頼し、その進捗管理と指示に集
中することになっていった。

そして2025年6月、現社長が何年も前から
言い続けてきた社名変更がついに現実。四
半世紀に渡り、西浦時代から一緒に走り続け
てきた一人としてとても感慨深い。一方、自
分的には印刷物の担当はもちろん、以前の自
分では考えられなかった写真撮影や企画書
の作成などまだまだ不慣れではあるが、少しづ
つ関わるようになってきた。年齢的に考えて
あと何年、現場の最前線で会社に貢献できる
かわからないが、「向き不向きより前向き」
な姿勢で日々精進していきたい。

とを一度リセットし、再度学び直すという過
程は苦労や努力を伴いますが、その分多くの
収穫を得ることもできました。新たな表現方
法を会得すると、それを様々なシーンで活用
したいという貪欲さも生まれてきて、初めて
一眼レフを購入した時の初心に戻るよう
です。同じ情景、同じ物を撮影するにしても機
材や設定が異なるだけで全く違う表現ができ
ます。退屈と思っていた情景も映える場所と
なり、退屈ささえ感じ始めた趣味の撮影に
ドーパミンが溢れでるような楽しみが蘇って
きたのです。

このように物理的にも精神的にも変わり続
けることが学びとなり、さらなるクリエイ
ションの裾野が無限に広がると思います。

この創造を意味する「クリエイション」と
いう単語を看板に掲げ、日々を楽しく、真剣
に、丁寧に歩んでいきたいと感じます。

また、この以心伝心も2009年の創刊以来
継続続けてきたことも誇りに感じておりま
す。以心伝心は、入社して初めて自分自身で
企画したもので、人の心に響かせる...という
会社の理念から、その最も理想的な状態を表

す名称として、「以心伝心」と決めました。
互恵の精神も社長から話を聞いていたので、
お互いのコミュニケーションを思いやりの心
で円滑にし、阿吽の呼吸で伝わるコミュニ
ケーションという意味合いもあります。その
名を冠した社内報が現在まで発行できたこと
が実に感慨深いです。社名は変えども、この
伝統は継続し、改善し続けていきたいと思
います。



記念すべき以心伝心創刊号（2009.5.11）

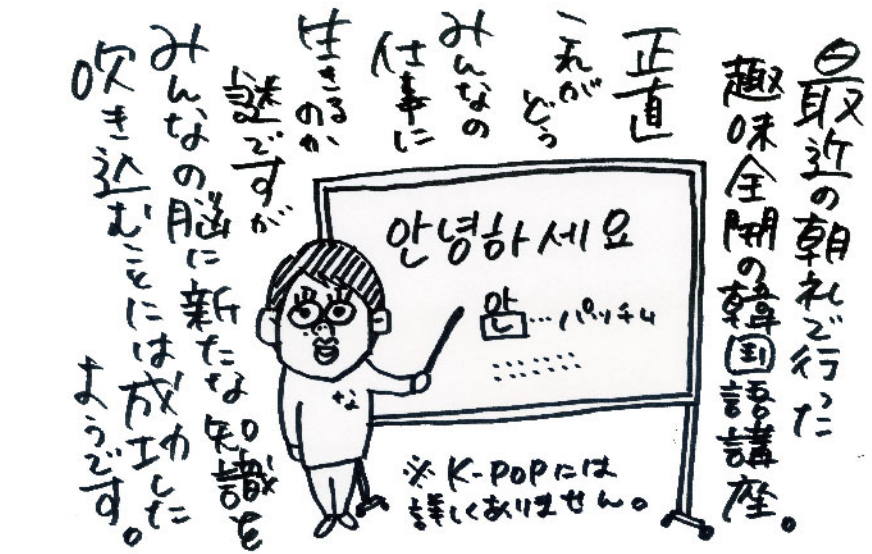
まだまだ レベルアップ！

足立 直子



早いもので、私がこの会社に入社してもうすぐ11年になります。入社前から旧社名である「水野印刷工芸」よりもニックネームの「ミデコ」の方が印象に残っており、入社後しばらくは自社を「ミデコ」と呼んでいました。しかし、先輩社員のみなさんが「水野印刷」「水野印刷工芸」と自称しているのを知り、（あれ？みんなミデコって呼ばないのか。じゃあミデコって何なんだ？）と疑問に思ったことをよく覚えています。その後「ミデコ」は社長が将来的に変更したいと考えている新社名だと知り、いつか社名変更するんだらうなと思い続けて11年、ついにその日が来ました。

友人知人にどんな会社で働いているのか聞かれたときには、これまでずっと「印刷会社」と答えてきました。さらに何をしているのか聞かれれば、「印刷会社だけでウェブサイトとかも作っていて、私は企画なのでその構成を考えたり」と答えていたのですが、これからはその答えが変わります。仕事内容は変わりませんが、社名から「印刷」がなくな



り、さらになんと横文字（！）に。印象激変です。

印象が変わるということは、お客さまからの期待値も変わるということ。その期待を裏切らないよう、むしろ期待を超えられるように、これから精進しなければいけません。日々の仕事をマンネリ化しないよう、常に新しい方法やアイデアを取り入れる。そのためのインプットを怠らない。さらにそれを定着させるためにアウトプットも欠かさない。幸い弊社には毎朝の朝礼で、社員間で知識や体

験を共有する時間が設けられています。その時間を有効活用し、少しずつでも継続的にレベルアップできるように努力したいと思います。

1955年、現社長のおじいさまが創業されてからちょうど70年。この度、有限会社 水野印刷工芸が、株式会社ミデコクリエーションズとして新しく生まれ変わる一大イベントに立ち会うことができ、大変光栄に思います。これから会社の更なる発展を祈るとともに、社員の一人としてその発展に貢献できれば幸いです。

誰かのためのクリエイトを できるように

佐藤 凜



何かをつくること、何かを生み出すことは、誰かの心をふっと明るくしたり、笑顔を増やしたりできる、とても素敵なことだと思うんです。“クリエイション（creation）”という言葉には、そんな前向きで希望に満ちたエネルギーが詰まっていると感じています。

何かを作り上げるということは、楽しいことやワクワクする瞬間がたくさんある反面、同じくらい難しさや責任もついてきます。

私のまわりにも、小説や漫画を描く人、映像をつくる人、歌を届ける人、写真を撮る人、撮られる人など、自分を含め、いろんな分野で創作と向き合っている人たちがいます。それぞれが自分の方法で誰かに想いを伝えようとしていて、その姿を見るたびに、作品を作ること、届ける力の大きさ、それを続けることのすごさを感じさせられます。完成まで悩んだり迷ったりしながらも、やっと完成したものが誰かの心にちゃんと届いて、何かを動かす瞬間。私もそ

で見てきて、何度も心を打たれました。

そんな経験があったからこそ今回、自分が『クリエイションズ』という名前をもつ組織の一員になったとき、真っ先に思い浮かんだのが、創作に向き合う彼女たちの楽しそうな笑顔と作品を作っている時の真剣な顔でした。私にも、何かを生み出して、人の心に届けることができるんだらうか。どんな出会いや反応が待っているんだらうか。一体何が生まれて、どんな企画で、どんなイベントで、どんな取り組みで、と終わらないワクワク感や期待、楽しみで胸が高鳴る一方で、自分に本当にできるのかな、という想いも正直.....。

ですが、不安を感じるからこそ、ちゃんと向き合って、挑戦していきたいという気持ちももちろん。社名変更に向けたミーティングが何度も重ねられる中で、目指す方向が少しずつ見えてきて、ロゴやサイトの制作が進んでいく様子に、「自分もその一部として関わっていくんだ」と自覚が芽生えました。と同時に、前向きに頑張ろうという気持ちが増え、小さなことかもしれないですがその変化がやっていける、という自信にもつながっているように感じています。

今の私がそうであるように、新しいことに挑

戦するその一歩目はとても高い段のように感じます。登って仕舞えばそんな高くなかったな、と感じることが多いと分かっている初めの抵抗感は拭けません。私たちは、そんな課題や悩みを解決したくても踏み出せない、踏み出す方向がわからない方の背を押し、一緒に隣を歩いていく存在を目指します。

社会人2年目。まだまだできないことも多くて、毎日が手探り。でも、今の自分だからこそできること、今しか出せない言葉や感覚があると思っています。これからもっと、自分で考えて動く力や、自分の言葉で伝えていく力が必要になってくる中で、少しずつでもその力を育てていけたらと思います。

まずは目の前のことに一生懸命取り組みながら、新しいことにどんどんチャレンジしていく。今年になって写真を撮ることを勉強し始めました。好きなこと得意なことを伸ばしながら、たくさん学びながら、少しでも多くの方の『ゴキゲンを増やそう』につながるような。『ミデコをお願いしてよかった』と笑顔になっていた。そんな仕事ができるように、丁寧に、前向きに、新体制となる会社とともに歩んでいきたいと思っています。

ことばとかたち、 しくみづくりでそこにある 「価値」に光をあてる

牧原 恵



よい機会なのでちょうど1年半前にミデコに入社した私が、半分外部目線で素直に「よいな」と思っていることを、2つ記したいと思います。

コミュニケーション力×継続力。

毎朝40分近くも朝礼するって聞いたら結構びっくりじゃないですか？ 始業直後に行われるこの朝礼には、連絡事項ほか朝礼当番の日々の気づき、さらになんと20分程の勉強タイム（テーマは当番の自由）までがセット。当番の発表に対してメンバーが自由に意見できることで雑談や討議に発展し、それによってメンバー全員の印象に残る深い学びになったり、メンバー同士の理解（各々の性格や特性など）が深まって仕事がよりしやすくなったりなど、効果はかなりのものだと思います。

ビジネスマンの誰もが「学びや知識をシェアし合うことの有用性」を知ってはいても、つい目の前の作業を優先しがち。文書など一方向の

伝達では斜め読みになりシェアする側もなんか虚しい、てなこともザラです。なので声を大にしてお伝えしたいのですが、顔を合わせて双方向のコミュニケーションを取るという「しくみ」を持つのは、メンバー全員にとってメリットしかない、です。習慣化するまでは大変だったでしょうが、本当に継続は力なりで、それがあったからこそこの今のミデコなのだな、と感じます。朝礼同様に売上に直結しないルーティーンとして、本紙ishin-denshin（それなりの制作時間を要す）が10年以上続いているのもすごいです。

根っこは実直、製造業。

社外の方はご存知ないでしょうが、実はミデコではほぼ毎日おやつが出ています。それが常識の職種もありますが、デスクワークなのに?!と、当初の私にはかなりの衝撃。でも、今回社名変更に関わって昔の話を聞いているうちに、そうか、スタートが印刷業（製造業）だから、と腑に落ちました。職人さんの集中力が途切れないように（印刷機も断裁機も一歩間違えば大惨事）休憩を取る習わしがあり、それが、おやつで形ですと残ってきたのでしょう。

企画制作を本業とする現在でも、このおやつにしろ、毎朝の朝礼の敢行や微妙に早い始業時

刻にしろ、その居住まいはかなり製造業的。そして、そこにこそミデコの個性や魅力がある、と私は思うのです。クリエイティブ系で製造業「しぐさ」を体得しているなんて、価値であり強みでしかないんですか？だから、それは社名が変わってもこれからもずっと、メンバー全員の「芯」になっていくといいな、と思っています。

さて。そんな弊社同様に、多くの企業・団体様もそれぞれあまり表に出ない、あるいは意識されていないような個性や魅力が、本当は、たくさんあるのではないのでしょうか。そしてその価値を客観的に発見し輝かせることができるのは、もしかしたら、内部というよりも、少し外部の視点なのかもしれないな、と思います。

ここから先は新しいパーパス「ゴキゲンを増やす。」にのっとり、多くのクライアントの皆様と私たちともに、ますますゴキゲンな日々を送っていけるように。気持ちもあらたにミデコクリエイションズとして、ことばとかたち、しくみづくりで隠れた魅力や価値に光をあてながら、皆様とくところに響くコミュニケーション>を共創していけたら幸いに思います。

みなさま、今後ともミデコクリエイションズをご最層に、どうぞよろしく願いいたします。

表紙の裏話

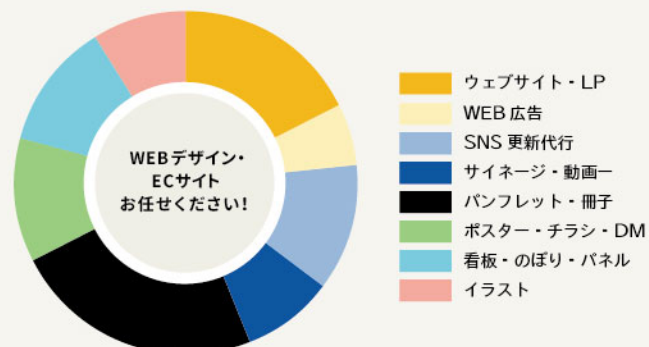


ミデコの船出

イラスト：足立 直子

ミデコの仲間7名（+1頭）が、一つの船に乗って大海原へと漕ぎ出したイメージをイラストにしました。水野社長を船長に、ワクワク感溢れる一瞬を切り出しています。これからのミデコクリエイションズが順風満帆でありますように！

2025年5月の主要仕事実績 （企画・デザイン）



社名変更までのタイムライン

2024.8

▶ 自社サイト構成案たたき台の制作に着手

更新が滞りがちなサイトを更新しがいのあるサイトに作り替えることを念頭においてプランニング開始。

2024.9

▶ 社内定期ミーティング開始

ミーティングを通じて自社サイトの構成を考える中で、企業理念についてはより体系的に整え、全ステークホルダーの皆様と共有できるようにすることが決定。そこで、まずは全社員でその策定に取り組むことに。



2024.11

▶ 文化憲章(カルチャーデッキ)* 確定

自社でこれまで大切にしてきたもの、また、これから大切にしたいものを一語一語みんなでじっくり考えた結果、新たに「パーパス」を軸とした企業理念体系/カルチャーデッキを構築。

* 以後、カルチャーデッキ

2024.12

▶ 評価項目確定

企業理念体系の確立に合わせて年度ごとの人事考課で使われる評価項目も全スタッフで急遽見直しすることに。ミデコでは定期で自分自身を含め全ての仲間を一定の物差しで評価し合う文化があり、新しいカルチャーデッキと齟齬のないように全員で調整しました。

2025.2

▶ ロゴ確定

▶ 社名変更実行日確定

▶ 行政書士依頼

▶ カウントダウン開始

新しいカルチャーデッキの確定から、それを踏まえてミデコのアイデンティティとなる新しいロゴのアイデアが練られました。たくさんのボツ案の上ようやく新しいロゴアイコンとロゴタイプが完成。とくに英字ロゴの調整はほとんど1カーソル単位。スタッフ一同、世の中のフォントデザイナーさんへの敬意を深めることになりました。ロゴ確定を受けて、社名変更実行日を確定しました。



MIDECO CREATIONS

2025.3

▶ サイト構成確定(ついに！)

あらたなカルチャーデッキ、新たなロゴデザインを軸に、主要ページほぼすべてが CMS による動的サイト、全スタッフが更新に携わるサイト構成案が確定。

2025.4

▶ 新社名用ツールデザイン確定

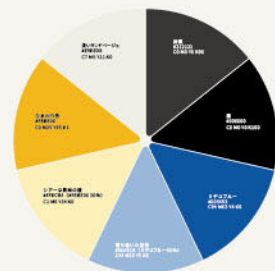
▶ 社名変更予告ツール制作

▶ 挨拶状送付先抽出

▶ 宛名手配

▶ Ishin-denshin 特集号企画

ロゴ策定の際に決めたコーポレートカラーを基点として、サイトを含め社名変更につながる自社広報物に使うカラーパレット、フォントセットなどをあらためて策定。通常はコンテンツ・デザインともにある意味実験場として活用されている ish-in-denshin も、記念号(本号)に限り特別デザインを採用することにしました。



2025.5

▶ 社名変更予告挨拶状送付

▶ 印鑑等発注

▶ 封筒等ビジネスツール制作

▶ 名義変更のための契約関係洗い出し

▶ 新サイトテスト運用開始

▶ Ishin-denshin 特集号制作

通常業務の合間を縫って全スタッフが新サイト用のコンテンツの準備に追われる。案内状の送付など事務的な準備も大詰めとなり、ツール類がひとつ揃うたびに、社名変更の実感が徐々に。



2025.6.5

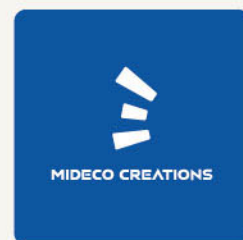
▶ 社名変更法務手続き

▶ 新サイトオープン

▶ Ishin-denshin において特集号発行(本号)

▶ 契約関係名義変更

株式会社ミデコクリエイションズ始動！



今月の
にわか
編集長

編集後記

このたびの社名変更、ベテランから若手までスタッフひとりひとりととってとても重要な学びになったと考えています。社名変更までいかなくても、5年ごとなどで企業理念やカルチャーデッキの改訂、また自社サイトのリニューアルに取り組んだり、ブランド戦略の見直しに取り組むのは、経営上、とても有効なことですね。スタッフ一同ここまでの経験を踏まえて喜んでサポートさせていただきます。次号ishin-denshinは社名変更後初のレギュラー号、デザインも大幅変更いたします(！)ので乞うご期待！(牧原)